

Akdeniz İletiflim

Akdeniz Üniversitesi İletiflim Fakóltesi Dergisi

Haziran 2011
Sayı 15
ISSN 1304 3846

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi

Sahibi

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına Dekan, Prof. Dr. M. Bilal Arık

Editör

Yrd. Doç. Dr. Emine Uçar İbuğa

Editör Yardımcıları

Öğr. Gör. Dr. Fulya Erendağ Sümer

Arş. Gör. Seyhan Aksoy

Dergi Web Tasarımı ve Güncelleme

Uzm. Rıdvan Yücel

Kapak ve Sayfa Tasarımı

Öğr.Gör. Macit Gürel

Diğer Bilgiler

- **Akdeniz İletişim**, iletişim alanının disiplinlerarası niteliğini önemseyen, çeşitli kapsam ve yönelimlerdeki tüm akademik çalışma anlayışlarının değerli olduğunu kabuletmektedir.
 - **Akdeniz İletişim**, ülkemizde iletişim alanındaki yazının gelişmesine katkıda bulunmayı öncelikli bir görev olarak benimseyen bir süreli yayın olarak 2003 yılından bu yana Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından yayınlanır.
 - **Akdeniz İletişim**, iletişim alanındaki çalışmaların Aralık ve Haziran aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlandığı akademik, "hakemli" bir dergidir.
 - **Akdeniz İletişim Dergisi**'nin yayın dilleri Türkçe ve İngilizce'dir.
 - **Akdeniz İletişim Dergisi** yerel süreli bir yayındır.
-

Yazışma Adresi

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dumlupınar Bulvarı
Kampus 07058 Antalya
T 0242 227 5987 / 0242 310 1530 • F 0.242 310 1531
e-posta iletisimdergisi@gmail.com

Danışma Kurulu

- Prof. Dr. Ahmet Kalender, **Selçuk Üniversitesi**
Prof. Dr. Ali Şimşek, **Anadolu Üniversitesi**
Prof. Dr. Aydemir Okay, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Ayla Okay, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Çiler Dursun, **Ankara Üniversitesi**
Prof. Dr. Dilruba Çatalbaş Ürper, **Galatasaray Üniversitesi**
Prof. Dr. Ferda Erdem, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, **Marmara Üniversitesi**
Prof. Dr. Füsün Alver, **Kocaeli Üniversitesi**
Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan, **Anadolu Üniversitesi**
Prof. Dr. Hamza Çakır, **Erciyes Üniversitesi**
Prof. Dr. Hikmet Seçim, **Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi**
Prof. Dr. Hürriyet Konyar, **Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Mete Çamdereli, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Nilgün Gürkan Pazarıcı, **Gazi Üniversitesi**
Prof. Dr. Nurdoğan Rigel, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Orhan Tekelioğlu, **Bahçeşehir Üniversitesi**
Prof. Dr. Özlen Özgen, **Gazi Üniversitesi**
Prof. Dr. Peyami Çelikcan, **Maltepe Üniversitesi**
Prof. Dr. Raşit Kaya, Orta **Doğu Teknik Üniversitesi**
Prof. Dr. S. Ruken Öztürk, **Ankara Üniversitesi**
Prof. Dr. Seçil Büker, **Gazi Üniversitesi**
Prof. Dr. Suat Gezgin, **İstanbul Üniversitesi**
Prof. Dr. Süleyman İrvan, **Kıbrıs Doğu Akdeniz Üniversitesi**
Prof. Dr. Ümit Atabek, **Yaşar Üniversitesi**
Doç. Dr. Başak Solmaz, **Selçuk Üniversitesi**
Doç. Dr. Erdal Dağtaş, **Anadolu Üniversitesi**
Doç. Dr. Filiz Aydoğan, **Marmara Üniversitesi**
Doç. Dr. Gülcan Seçkin, **Gazi Üniversitesi**
Doç. Dr. Gülseren Şendur Atabek, **Yaşar Üniversitesi**
Doç. Dr. Levent Yaylagül, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Mehmet Okyayuz, **Orta Doğu Teknik Üniversitesi**
Doç. Dr. Mustafa Şeker, **Selçuk Üniversitesi**
Doç. Dr. Nilgün Tatal Cheviron, **Galatasaray Üniversitesi**
Doç. Dr. Seçil Deren Van Het Hof, **Akdeniz Üniversitesi**
Doç. Dr. Serdar Öztürk, **Gazi Üniversitesi**
Yrd. Doç. Dr. Ahmet Gürata, **Bilkent Üniversitesi**
Yrd. Doç. Dr. Çiğdem Karakaya Şatır, **Akdeniz Üniversitesi**
Yrd. Doç. Dr. Gözde Yirmibeşoğlu, **Akdeniz Üniversitesi**

İçindekiler

Halkla İlişkiler Eğitiminin Bağlamı: İletişim, Sosyal Bilimler ya da Onay Üretimi **11**
Derya Tellan

Üniversite Sanayi İşbirliği Perspektifinden Türkiye'deki İletişim Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme **32**
Erdal Dağtaş

Eleştirel Kuram Perspektifinden İlk Etkin Alımlayıcı Çalışmaları ve Medya Pedagojisi
Çalışmalarına Etkisi **49**
Füsun Alver

Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarasılığı ve Disipliner Ayrımları Yeniden Düşünmek **72**
Koray Değirmenci

İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme **81**
M.Bilal Arık | Fatih Bayram

İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar **99**
Mustafa Şeker | Tülay Şeker

Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi: Değişimler ve Eğilimler **119**
Ruhdan Uzun

Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Eleştiri **133**
Seçil Deren Van hed Hof | M. Umut Tuncer

İletişim Eğitiminin Hedefi: Yeni Bir Entellektüel Yaratmak **145**
Serdar Öztürk

Katkılar **157**

Soruşturmalar **175**

Röportajlar **181**

Yazı Teslim Kuralları **198**

Editör'den

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nin 15. Özel sayısı ile karşınızdayız. Bu sayımızı "İletişim Eğitimi" konusu ile sınırladık ve bu alanda çok sayıda özgün araştırma, makale ve tartışma yanında, kitap eleştirisi, soruşturma, röportajlara yer verdik. Ayrıca iletişim alanının duayenlerinden hocalarımız Prof. Dr. Ünsal Oskay, Prof. Dr. Erol Mutlu ve Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün çalışmalarından yapılan derlemelerde, iletişim eğitimi alanına yapmış oldukları katkıları yeniden anımsamayı amaçladık. Dergimizin 15. "İletişim Eğitimi" özel sayısında iletişim eğitiminin sorunları, bu alana ilişkin öneriler ve eleştirilerle nasıl bir iletişim eğitimi sorusuna yanıt arayarak, alana önemli katkı sağlamayı ve bu alanda bir başucu kaynak olmayı ümit etmekteyiz.

Dergimizin ilk makalesi Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden Doç. Dr. Derya Tellan'a ait. Tellan "Halkla İlişkiler Eğitiminin Bağlamı: İletişim, Sosyal Bilimler Ya da Onay Üretimi" başlıklı makalesinde, halkla ilişkiler sektöründe çalışanların uzmanlaşması ve faaliyetlerin rasyonelleştirilmesi doğrultusunda yürütülen formel eğitimin anlamlandırılmasında, halkla ilişkileri yalnızca iletişim, sosyal bilimler ya da eğitim felsefesi alanlarıyla ilişkilendirmenin yetersiz olduğuna vurgu yapmakta ve bu bağlamda; halkla ilişkilerin onay üretimi boyutuna dikkat çekmektedir.

İkinci makale Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Erdal Dağtaş'ın "Üniversite Sanayi İşbirliği Perspektifinden Türkiye'deki İletişim Eğitimi İlişkin Bir Değerlendirme" başlığını taşımaktadır. Dağtaş, "yeni sağ siyasalar çerçevesinde pazar dinamiklerine uyum gösteren ve metalaşan bilim anlayışının" sorgulamasını iki bölümde yapmaktadır. İlk bölümde yeni sağ politikaların üniversiteler ve dolayısıyla üniversitelerin eğitim yapısını 'fayda' anlayışından uzaklaştırarak 'kar ve 'zarara' dayalı bir yapıya dönüştürdüğüne vurgu yapmakta, ikinci bölümde ise konuyu işletişim eğitimi ile sınırlayarak, üniversitelerde akademik temelli nasıl bir iletişim eğitiminin olması gerektiği konusunu tartışmaktadır.

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Füsün Alver'in makalesi dergimizin üçüncü makalesi olarak "Eleştirel Kuram Perspektifinden İlk Etkin Alımlayıcı Çalışmaları ve Medya Pedagojisi Çalışmalarına Etkisi" başlığını taşımaktadır. Yazar, Brecht, Benjamin ve Enzensberger'in iletişim teknolojisi ve alımlayıcının konumlandırılmasına ilişkin düşüncelerinin, öngörülerinin ve kabullerinin eleştirel kuram perspektifiyle eşitlikçi, eylem ve katılım yönelimli etkin alımlayıcı medya pedagojisi çalışmalarına temel oluşturduğu varsayımından hareketle argümantatif bir metot ortaya koymayı hedeflemektedir.

Erciyes Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji bölümü öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Koray Değirmenci ise derginin dördüncü makalesinde "Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarasılığı ve Disipliner Ayrımları Yeniden Düşünmek" başlıklı makalesinde, üniversitelerde giderek yaygınlaşan disiplinlerarası programlar ve akademik pratiklerin çağdaş eğitim anlayışının vazgeçilmez bir niteliğe dönüştüğünü belirtmektedir. Buna karşın yazar disiplinlerarasılığın farklı uzmanlık alanlarının yan yana getirilmesi olarak algılanmasını eleştirmekte ve makalesinde 'konvansiyonel disiplinler ayrımların sorgulandığı ve pratiği süresince bu disiplinler ayrımların yerini bütünleştirici, disiplin olmayan bir disiplinin aldığı bir süreç' olarak kümülatif bilimsel bilgi üretimine olumlu yönde katkıda sağlayacağını tartışmaktadır.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyeleri Prof. Dr. M. Bilal Arık ve Yrd. Doç. Dr. Fatih Bayram tarafından kaleme alınan "İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Verilerin Işığında Genel Bir Değerlendirme" başlıklı beşinci makalede yazarlar iletişim eğitimi akademisyen, öğrenci ve medya sektörü bağlamında değerlendirmektedirler. İletişim eğitimi çok yönlü aktörleri ve süreçleriyle birlikte inceleyen yazarlar, günümüz koşullarında iletişim fakültelerindeki eğitimin, hükümet politikaları, eğitime ayrılan bütçe, üniversite giriş sınavı ve dolayısıyla ilköğretimden başlayarak birçok bileşeni olduğuna vurgu yapmaktadırlar.

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyeleri Doç. Dr. Mustafa Şeker ve Tülay Şeker'in birlikte hazırladıkları "İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar" dergimizin altıncı makalesi

olmaktadır. Bu makalede iletişim eğitiminin genel sorunları ele alınmakla birlikte, özellikle gazetecilik eğitiminde var olan temel açmazlar, iletişim fakülteleri ile medya sektörü arasındaki ilişki, hızla artan iletişim fakülteleri ve öğrenci kontenjanları gibi, iletişim fakültesi mezunlarının istihdam sorunları iletişim fakültelerinin sayı ve kontenjanlarına ilişkin veriler ışığında incelenmektedir.

Dergimizin yedinci makalesi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Ruhdan Uzun'a ait. Yazar "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi: Değişmeler ve Eğilimler" başlıklı makalesinde öncelikle gazetecilik eğitiminin Türkiye'deki tarihçesine yer vermektedir. Ardından ÖSYM'nin 2010 Kontenjan Kılavuzundan yararlanarak üniversiteye girecek öğrencilerin seçebilecekleri yurtiçi ve yurtdışında eğitim öğretim veren 161 üniversiteden 49'unda iletişim eğitimi verildiğine dikkat çeken yazar, bu fakültelerden yalnızca 27'sinin gazetecilik eğitimi verdiğini belirtmektedir. Yazar medya kuruluşlarında uygulanan gazetecilikteki dönüşümler ve gazetecilikteki mesleksizleşme eğilimleri gibi gazetecilik mesleğindeki bu değişimlerin gazetecilik eğitimi nasıl etkilediğini tartışmaya açmaktadır.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Seçil Deren van het Hof ve Araştırma Görevlisi Umut Tuncer'in birlikte ele aldıkları sekizinci makale "Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Eleştiri" adını taşımaktadır. Makalede, halkla ilişkiler eğitiminin iletişim, yönetim bilimleri, toplum bilimleri ve sanat/yaratıcılık eğitimi olmak üzere dört temel boyutu olduğunu belirtmektedirler. Yazarlar, Türkiye'de ve KKTC'de toplam 32 üniversitede halkla ilişkiler bölümünün ders kataloglarını inceleyerek halkla ilişkiler eğitiminde özellikle göz ardı edilen sanat ve yaratıcılık boyutunun halkla ilişkiler mesleğinin gereklerinin yerine getirilebilmesinde en önemli unsur olduğuna vurgu yapmakta ve ders programlarının buna göre oluşturulması gerektiği anlayışı ortaya koymaktadırlar.

Dergimizin dokuzuncu ve son makalesi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Serdar Öztürk'e ait. Öztürk "İletişim Eğitiminin Hedefi: Yeni Bir Entelektüel Yaratmak" başlıklı makalesinde iletişimin disiplinlerarası olduğu konusunun sıkça dile getirilmesine karşın bunun uygulamada çok az yer bulduğuna dikkat çekmekte ve sadece iletişimin bir alanında uzmanlaşmanın farklı disiplinlerden yararlanma konusunda sınırlayıcı olacağını belirtmektedir. Yazar iletişim eğitiminin kuram ve uygulamanın sentezine yönelik temas ile asıl amacının, yeni entelektüel yaratmak olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Dergimizin "İletişim Eğitimi" özel sayısının katkıları bölümünde ise röportaj, soruşturma, kitap eleştirileri ve iletişim alanına eserleriyle önemli katkıları sağlamış iletişim bilimcilerin çalışmalarından oluşan değerlendirmeler yer almaktadır.

Bu bölümde dergimiz editör yardımcılarından uzman Rıdvan Yücel tarafından Doç. Dr. Doğan Tılıç, Prof. Dr. Haluk Gürgen ve Prof. Dr. Raşit Kaya ile iletişim eğitimi kapsamında günümüzde iletişim eğitimindeki sorunlar ve sorunların giderilmesine ilişkin öneriler, iletişim fakültelerinin durumu, iletişim alanında yapılan akademik çalışmalar, akademisyen ve eğitici konusu, üniversite sektör işbirliği, iletişim fakültesi sayısındaki artış gibi birçok soru ve sorun üzerine, tespitler, eleştiriler ve önerilerden oluşan geniş bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde hocalarımızın iletişim eğitimine ilişkin görüşlerinin bu alanda yapılacak çalışmalara ışık tutacağına inanıyoruz.

Dergimizin bu sayısında ayrıca Türkiye'deki tüm İletişim Fakültesi öğretim üyelerini kapsaması öngörülen ve nasıl bir iletişim eğitimi sorusuna yanıt aranacak bir soruşturmaya yer verilmiştir. Soruşturma tüm iletişim fakültesi dekanlıklarına gönderilmiştir. Soruları yanıtlayarak soruşturmamıza katılan değerli hocalarımız Bilgi Üniversitesi İletişim Bölümü öğretim üyesi, Yrd. Doç. Dr. İtır Erhat, Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Oğuz Makal, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim üyesi Prof. Dr. Zakir Avşar ve Doç. Dr. Mehmet Yüksel Türkiye'de iletişim eğitimin sorunları ve bu sorunların giderilmesine yönelik sorunlar, tespitler ve önerileriyle dergimize katkı sağlamışlardır. Kendilerine vermiş oldukları katkılar için teşekkürü bir borç biliriz.

Bu bölümde ayrıca Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi ve doktora öğrencisi

Duygu Çeliker “Türkiye’de İletişim Eğitime Katkıları Bağlamında Oya Tokgöz” başlıklı çalışması ile Prof. Dr. Oya Tokgöz’ün iletişim eğitimine katkılarının genel bir değerlendirmesini yaparak, Türkiye’de öncü iletişim bilimciler arasında yer alan Oya Tokgöz’ün yaşam öyküsü, çalışmaları ve bu çalışmalarında iletişim alanına ilişkin yoğunlaştığı konuları incelemektedir.

Yine Akdeniz Üniversitesi Araştırma Görevlisi ve doktora öğrencisi Özlem Kükrer, “Erol Mutlu’nun Anısına İletişim Eğitimi Üzerine Düşünceleri ve Ona Katkıları” başlığı ile Mutlu’nun yaşantısı boyunca gerçekleştirdiği akademik çalışmalarla iletişimin bir disiplin olarak gelişimine sağladığı katkıları ortaya koymaktadır. Mutlu, popüler kültür, globalleşme ve medya, kitle iletişim kuramları ve siyasal iletişim alanlarında çalışmaları yanında, alana İletişim Sözlüğü (1994)’nü kazandırarak alandaki önemli bir boşluğu doldurmuş, özellikle 1990’lardan sonra iletişim, özellikle de basın-yayın eğitimiyle ilgili çalışmalara ağırlık vermiştir.

Fakültemiz Araştırma görevlisi ve doktora öğrencisi Tülin Sepetçi, bugün aramızda olmayan ancak iletişim alanına hem akademik çalışmalarıyla, alana hem yönetici, hem eğitici olarak emek vermiş Prof. Dr. Ünsal Oskay’ın iletişim eğitimine katkılarını ele almıştır. “Ünsal Oskay ve İletişim Eğitimi” başlığı ile hazırladığı çalışmasında Sepetçi, Oskay’ın Basın ve Yayın Yüksekokulu’na asistan olarak girdikten sonra, derslerin gereği gibi okutulabilmesi için yararlanılması zorunlu olan yabancı araştırmaları, makaleleri Türkçe’ye çevirmek ve alana “Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş” adlı eseri (ilk basım 1969) ile Leon Festinger’dan Gordon Allport’a, Carl I. Hovlan’dan Wilbur Schramm’a dek pek çok ünlü düşünürün seçme parçalarından oluşan katkılarıyla ışık tuttuğunu belirtmektedir.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi ve doktora öğrencisi Zuhâl Gök Demir ise otuz üç Avrupa ülkesinden akademisyenlerin gazetecilik eğitimi üzerine yapmış oldukları inceleme, araştırma ve makalelerin yer aldığı, editörlüğünü Georgios Terzis’in yaptığı 2009’da yayınlanan “European Journalism Education” adlı kitabı inceleyerek birçok dünya ülkesindeki gazetecilik eğitimine ilişkin sorunlar, değerlendirmeler ve koşullar hakkında bilgi vermektedir. Kitapta Türkiye’den Doç. Dr. Doğan Tılıç’ın da Türkiye’deki Gazetecilik Eğitimi’ni anlatan makalesi yer almaktadır.

Son olarak Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 15. “İletişim Eğitimi Özel Sayısı”na gerek makaleleriyle gerek röportajlarıyla ve de soruşturmamıza katılarak sorularımıza verdikleri yanıtlarla katkı veren tüm yazarlarımıza, hocalarımıza emeklerinden dolayı çok teşekkür ederim. Ayrıca bu sayıda bizzat röportaj için Ankara’ya giderek değerli hocalarımızla görüşen, bu görüşmeleri kayıt altına alan, daha sonra tüm görüşmeleri sıklımadan tekrar yazan editör yardımcısı Uzman Rıdvan Yücel’e teşekkür ederim. Dergimizin katkıları bölümünde Prof. Dr. Erol Mutlu, Prof. Dr. Ünsal Oskay ve Prof. Dr. Oya Tokgöz’ün iletişim alanına yapmış oldukları katkıları bizlere yeniden anımsatan değerli araştırma görevlisi arkadaşlarım, Duygu Çeliker, Özlem Kükrer, Tülin Sepetçi ve Zuhâl Gök Demir sizlere de sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca derginin makale kabulünden değerlendirme sürecine kadar hep yanımda olan sevgili editör yardımcılarım Öğretim Görevlisi Dr. Fulya Erendağ Sümer, Uzman Rıdvan Yücel ve anne olmaya hazırlanan, sağlıklı bir doğum dilediğimiz Araştırma Görevlisi arkadaşımız Seyhan Aksoy’a emekleri için ne kadar teşekkür etsem azdır. Tabii ki bu sayının İletişim Eğitimi ağırlıklı olması düşüncesini bize öneren sayın hocamız Prof. Dr. M. Bilal Arık’a, bu sayımızda makalelerimizi değerlendirerek bizlere büyük katkı sunan hakemlerimize, derginin kapak tasarımı ve dizgisiyle bizi yepyeni bir dergiye kavuşturan Öğretim Görevlisi Macit Gürel’e çok çok teşekkürler.

İletişim Eğitimi alanında bir başucu kaynak olması dileğiyle iyi okumalar...

Halkla İlişkiler Eğitiminin Bağlamı: İletişim, Sosyal Bilimler ya da Onay Üretimi

Derya Tellan¹

Özet

Halkla ilişkiler faaliyetleri sosyal bilimler içerisinde güç kazanan bir çalışma alanının konusudur. Bu çalışma alanı iletişim, yönetim, uluslararası ilişkiler, iktisat, sosyoloji, psikoloji gibi farklı bilim dalları ile disiplinlerin kesişimi olarak ortaya çıkmıştır. Sanayileşmenin hızlı bir ivme kazandığı son yüzyılda, halkla ilişkiler alanında teoriler ve modeller, mesleki standartlar, akademik yaklaşımlar oluşturulmuş ve iletişime olan bağı güçlendirilmiştir. Bu çalışmada, halkla ilişkiler sektöründe çalışanların uzmanlaşması amacıyla yürütülen formal eğitimin anlamlandırılmasında, sosyal bilimler, iletişim ve eğitim felsefesinin ötesinde halkla ilişkilerin onay üretimi amacına vurgu yapılmaktadır. Halkla ilişkiler profesyonelleri iletişimi etkili biçimde yönetmek için beklentilere cevap verecek eğitim koşullarını oluşturmak zorundadırlar. Bu bağlamda halkla ilişkiler eğitiminin, profesyonellik odaklı bir akademik program çerçevesinde, gazetecilik, pazarlama, reklamcılık, hukuk, marka yönetimi, psikoloji ve sosyoloji gibi birçok çalışma konusuyla iç içe geçmesi kaçınılmazdır.

Anahtar Sözcükler: Halkla İlişkiler Eğitimi, İletişim, Sosyal Bilimler, Onay Üretimi

Context Of Public Relations Education Communication, Social Sciences or Manufacturing Consent

Abstract

Public Relations activities are the case of a field that is getting a power in the social sciences. This field has occurred as an intersection of different science and disciplines such as communication, management, international relations, economics, sociology, physiology. Recent age, of industrialization got a rapid acceleration, theories and models, professional standards, academic approaches in public relations has developed/formed and the connection with communication has strengthened. In this study, the intentionality of public relations' manufacturing consent is stressed more than social sciences, communication and pedagogy at the explaining of formal education practices for the specialization of personnel working in public relations sector. Public relations professionals have to form the education conditions respond the expectations for managing communication effectively. In this context, it's inevitable for the education of public relations to have relations with journalism, marketing, advertising, law, brand management, physiology and sociology in the frame of academic program with a professionalism focus.

Key Words: Public Relations Education, Communication, Social Sciences, Manufacturing Consent

¹ Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Tarih boyunca yönetici güçlerin egemenlikleri altındaki geniş kitleleri tanımak, insan topluluklarının eylem ve davranışlarını anlamak amacıyla yürüttükleri her türden girişimin, halkla ilişkiler faaliyetlerinin öncül formları olarak okunması mümkündür. Günümüzdeki anlamıyla halkla ilişkilerin ortaya çıkması ise sanayileşmenin sonucudur. Sanayileşme sürecinin beraberinde getirdiği kentleşme ve emek-sermaye çelişkisine dayalı sınıflı toplum yapısı, amaçlı, planlı ve kurumsal tabanlı olan bir çaba olarak halkla ilişkilerin gelişmesini sağlamıştır. Halkla ilişkilerin amacı, başlangıçta, gerçekleştirilen kitlesel üretimin 'üretim-dağıtım-tüketim zincirindeki stratejik satış çabası' olarak görülmüşse de; kapitalist ekonomik ilişkilerin 'üretim öncesinden tüketim sonrasına' doğru genişlemesi ve dünya ölçeğine yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal bilinç ve davranış yönetimini de içeren bir onay üretimi girişimi olarak algılanmaya başlamıştır. Şüphesiz bu tarz bir algılamaya, halkla ilişkiler faaliyetlerini eleştirel ekonomi-politik bir yaklaşım içinden yorumlayanlara aittir. Eleştirel ekonomi-politik yaklaşım, halkla ilişkilerin doğası ve amacıyla ilgili ortaya konmuş pek çok tanımın var olmasına karşın, halkla ilişkiler alanında sosyal, siyasi ve ekonomik işleyiş bakımından temel ilkelerin geliştirilememesini, sektörün yeterince örgütlenememesini ve uygulamalara ilişkin tartışmaların somutlaştırılmamasını, özet olarak halkla ilişkiler araştırmalarında yeterli ilerleme kaydedilememesini 'faaliyetin ve faaliyete ilişkin eğitimin tarihsel koşulların ürünü olarak görülmesine' dayandırmaktadır. En genel ifadesiyle "halkla ilişkilerin nasıl örgütlendiği, işlerini nasıl tanımladığı ve yaptığı, iş etiği ve sorumluluk hakkındaki sunumları, liderlerinin ne söylediği, halkla ilişkiler eğitiminin nasıl biçimlendirildiği ve bu alandaki akademisyenlerin halkla ilişkileri nasıl anlamlandırdığı gibi sorulara verilen yanıtlar, egemen ve alternatif kuramsal açıklamaları getirir" (Erdoğan, 2006:182).

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarısı, sektöre iletişim profesyonelleri yetiştirecek etkin bir eğitim platformunun varlığıyla mümkündür. Bu çerçevede halkla ilişkiler eğitimcileri ile uygulayıcıları arasındaki ilişkinin gözden geçirilmesi, eğitim programlarının içeriği ile sektörel beklentilerin karşılaştırılması, farklı düzeylerdeki (önlisans, lisans, lisansüstü vd.) eğitim programlarında önceliklerin analiz edilmesi ve halkla ilişkiler ile diğer iletişim stratejileri (pazarlama, siyasal propaganda, reklam, lobicilik, marka yönetimi vd.) arasındaki ortaklık ve farklılıkların belirginleştirilmesi gerekmektedir. Pek çok kereler ifade edildiği üzere "iletişim ve tanıtım etkinliklerini büyük bir sabır ve dikkatle sürdürmek durumunda olan bir halkla ilişkiler uzmanının başarılı olabilmesi için çok yönlü nitelik ve yeteneklere sahip olması gerekir" (Çamdereli, 2000: 46). Halkla ilişkilerin her toplumda, kültürde ve koşulda geçerli standartları ya da sektörel pratikleri yoktur. Ancak faaliyetlerde uzmanlaşan iletişim profesyonellerinin deneyimlerine dayanılarak, halkla ilişkilerin etkin bir biçimde yürütülmesini sağlayacak bazı ortak ilkeler üzerinde uzlaşıya varılmıştır. Mesleki uygulamalara ve etik kararlara yön veren bu ilkeler, sektör örgütleri (halkla ilişkiler birlikleri, iletişim profesyonellerinin oluşturduğu dernekler, sendikalar, alanın gelişiminde rol üstlenmiş vakıflar) ve üniversiteler tarafından 'eylemsel başarısı ve doğruluğu' konusunda hemfikir olunmuş örneklerden çıkmıştır. Bu durumun da açıkça gösterdiği gibi halkla ilişkiler faaliyetleri "akademik bir disiplin olarak doğmamış, toplumsal gelişim süreçleri içinde, çeşitli ihtiyaçlar doğrultusunda tıpkı ustadan çırağa öğretilerek geçen bir çeşit maharet, zanaat olarak kendini göstermiştir" (Tunçel, 2009:116). Ancak çokuluslu şirketlerin yönlendiriciliğindeki günümüz piyasa ekonomilerinde halkla ilişkiler, eylemlerini meşrulaştırma çabasında olduğu endüstrilerin işleyiş ve örgütleniş tarzıyla benzeşerek, kendisi de endüstriyel bir yapıya kavuşmuş ve akademik eğitim programları aracılığıyla iletişim profesyoneli talebi karşılanmadığı takdirde adeta varlığını sürdüremez hale gelmiştir.

Yukarıda sunulan tartışmalar ışığında, bu çalışmada, halkla ilişkiler sektöründe çalışanların uzmanlaşması ve faaliyetlerin rasyonelleştirilmesi doğrultusunda yürütülen formel eğitimin anlamlandırılmasında, halkla ilişkileri salt iletişim, sosyal bilimler ya da eğitim felsefesi alanlarıyla ilişkilendirmenin yetersizliğine vurgu yapılarak; halkla ilişkilerin onay üretimi (manufacturing consent) boyutuna dikkat çekilmesi amaçlanmaktadır. Çağımızda halkla ilişkiler, organizasyon için stratejik

özellikler taşıyan iç ve dış kamulara ulaşabilmek amacıyla ilişki kurma, kurulan ilişkileri etkin biçimde sürdürme ve geliştirme hedefli eylemler bütünüdür. Organizasyonların kamusal alandaki ilişkilerden beklentisi ise enformasyon kullanımına dayalı ikna ve bilinç yönetimidir. Bu doğrultuda halkla ilişkiler, organizasyonu ve organizasyonun içinde yer aldığı sektörü (iş kolunu) motive edici temel pratik olarak anlam kazanmakta ve bir şirket, kurum ya da kuruluşun beklentilerini karşılayanın ötesinde birey zihninde bir iş, oluş ya da yapıya ilişkin meşrulaştırma kanalları açma edimi olarak açığa çıkmaktadır. Halkla ilişkiler eğitimi felsefesine ilişkin teorik tartışmaların yürütüldüğü bu çalışmada, literatür taramasının tanımlayıcı-betimleyici karakterde yapılandırıldığı bir yönetime başvurulmuştur. Akademik araştırmalarda tanımlayıcı-betimleyici yöntem, soruna ilişkin farklı bakış açılarının niteliksel düzeyde analiz edilmesi şeklinde kurgulanmaktadır. Bu kapsamda halkla ilişkiler eğitiminin bağlamı farklı boyutlarıyla tanımlanmaya-betimlenmeye çalışılmış ve kuramsal yaklaşım olarak da eleştirel ekonomi-politik benimsenmiştir.

1. Sosyal Bilimlerin Dönüşümü, İletişimin Disiplinler Üstütlüğü Varsayımı ve Eğitim

Sanayileşme sürecinin dünya genelinde egemenliğini kurmaya başladığı XIX. yüzyılda, kapitalizmin günlük yaşam pratikleri üzerindeki etkisi, toplumsal olanın anlamlandırılması ve bireysel olanın kitlelere aktarılması şeklinde açığa çıkmıştır. Bu dönemde toplumsal olanın sınıflandırılması ile bireysel olanın sürdürülmesindeki sorunlar, günlük yaşam koşullarındaki değişimin açıklanmasını güçleştirmiş ve özgün yöntemler dolayımında gelişmeye başlayan tarih, psikoloji, sosyoloji, etnografi, siyaset bilimi, ekonomi ve arkeoloji gibi sosyal bilimlere duyulan gereksinim belirginlik kazanmıştır. En basit ifadesiyle 'sosyal olguları kendilerine has bir yöntem ve seçili sınırlılıklar (kısıtlılıklar) altında inceleyen araştırma dalları' anlamına gelen sosyal bilimlerde, 'kolektiflik', 'objektiflik' ve 'genellik' ilkeleri esas alınmaktadır. XX. yüzyılın son çeyreğine değin bu üç ilkeye 'pozitiflik' de eşlik etmiş olmakla birlikte; sosyal bilimlerin "sorgusuz sualsiz benimsenmiş olan, ihmal edilmiş olan şeyler üzerinde, direniş bölgeleri üzerinde, unutulmuş, akıldışı, önemsiz, bastırılmış, sınır durumdaki, klasik, kutsal, geleneksel, ayırksı, yüceltilmiş, boyun eğdirilmiş, reddedilmiş, özsel-olmayan, marjinal, çevresel, dışlanmış, yerleşmemiş, susturulmuş, arızı, dağıtılmış, niteliksiz, ertelenmiş, parçalanmış şeyler üzerinde" (Rosenau, 2004: 25-26) durmaya başlaması sonrasında yerini 'göreliliğe' bıraktığı gözlemlenmektedir.

Sosyal bilimlerin sanayileşmeyi harekete geçiren ve nihai ürünler olarak toplumun kullanımına sunulan teknolojik yenilikler karşısındaki konumu uzunca bir dönem, teknolojinin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini bulgulamak ve yorumlamaktan ibaret kalmıştır. Modernleşme sürecinin egemen olduğu dönem boyunca tarih, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, ekonomi, siyaset bilimi gibi sosyal bilimlerin hemen her dalında geliştirilen kavramların, kurgulanan modellerin, kullanılan araştırma tekniklerinin ve benimsenen yaklaşım tarzlarının (paradigmaların), bir yandan teknolojinin sonucu olarak şekillendirilmeye çalışıldığı, diğer yandan da toplumu (ya da grubu, bireyi, benliği) teknolojinin sonuçları şeklinde anlamlandırmak üzere yeniden tasarlandığı görülmüştür. "XVIII. yüzyıla değin bilim ile fen bilimleri ve geleneksel normatif bilimler (felsefe, ahlâk, hukuk, teoloji, retorik vd.) özdeşleştirilmekte iken, kapitalist ekonomik ilişkilerin deneyimlenmesiyle birlikte iktisat, politika, diplomasi, sosyoloji, psikoloji, dilbilim gibi sosyal bilim dalları da akademik düzlemde kabul görmeye başlamıştır. Kapitalist modernleşmenin sosyal bilimleri de fen bilimleri gibi salt pozitif içerikle yapılandırma çabası, sosyal bilim dallarının tümünde araştırma konusu olarak doğruluk ve yanlışlıkları sistematik gözlemler yoluyla değerlendirilebilen ve dünya ölçeğine genelleştirilebilen (kolektif) olguların tercih edilmesine neden olmuştur" (Tellan ve Yılmaz, 2009: 247). Bu süreçte bilimsel olan ile doğrulanabilir olan özdeşleştirilmiştir.

Sosyal bilimlerin, araştırma konusu edindiği olguları baştan sınırlandırması, her bilim dalının inceleme konusuna ilişkin bir teorik çerçeve oluşturmasını ve bu çerçeve içerisinde araştırmacıların yaklaşım tarzlarındaki farklılıklara bağlı olarak paradigmlar geliştirilmesini mümkün hale getirmiştir. II. Dünya Savaşı sonrası dönemde Kuhn tarafından geliştirilen (1957 yılında yayımlandığı

The Copernican Revolution ve 1962 yılında yayımladığı The Structure of Scientific Revolutions başlıklı çalışmada) bilimi paradigmlar dolayımında açıklama çabası, kısa sürede bilim felsefi literatüründe hakim yorum haline gelmeye başlamıştır. Paradigmlar, bilimsel olgulara ilişkin tartışmalarda özgün bir bakış açısıyla yeni bir gelenek başlatma, geçmiş dönemin yaklaşımını benimseyenleri kendine bağlama ve benzer sorunlar için benzer çözüm teknikleri geliştirerek gelecek döneme yeni sorular ve sorunlar devredebilme yetisine işaret etmektedir. Kuhn'un bilimsel gelişimi ussal ancak rastlantısal devrimlere indirgenmesine karşın, kapitalist üretim sürecinin 'süreklilik' gereksiniminin bilimsel 'sürdürülebilirlik' ilkesi ile karşılanmak zorunda olması; 1960'lardan itibaren bilim felsefesinde yeni –ve de egemen yapılarla uyumlu– arayışları gündeme getirmiştir. Sosyal bilimler literatüründe ekseriyetle 'tümevarımcı' paradigmanın terk edilerek Popper'in –adeta unutulmuş olan– 'yanlışlanabilirlik' ilkesine (paradigmasına) geçilmesi de yine bu döneme rastlamaktadır. Popper, Almanca olarak 1934 yılında yayımlanan, İngilizce'ye ise ancak 1959 yılında –genişletilmiş ve gözden geçirilmiş şekilde– çevrilebilen 'Bilimsel Araştırmanın Mantığı' (The Logic of Scientific Discovery) başlıklı eserinde, mevcut tüm sistemleri bütün yönleriyle sınavarak sonunda görece elverişli sistemi seçmek amacıyla, her teorinin yanlışlama doğrultusunda analize tabi tutulması gerektiğini ileri sürmüştür. Böylece teorik çerçeveler, yanlışlanmadıkları (daha kaba bir ifadeyle yanlışlıkları kullanılabirliklerinin önüne geçmediği) sürece bilimsel hale gelmiştir.

Sosyal bilimlerin sınırlarını oluşturan çizgilerin bu tarz köklü bir dönüşüm geçirmesi, merkezileşmiş ve ideolojikleşmiş toplum eleştirisinin ve toplumsal eğitim süreçlerinin de bütünüyle gözden geçirilmesini gerektirmiştir. Dilbilimcilerin, dili salt bir iletişim aracı olmanın ötesinde, insanların dünyayı anlamalarını sağlayan yegâne çerçeve olarak gören teorik yaklaşımları, XX. yüzyılın ikinci yarısındaki gözden geçirme sürecinde hızla ön plana çıkmış ve yanlışlanmasının güçlüğü nedeniyle de kolayca kabul görmüştür. Dilin yazı (sembolik) ve konuşma (gerçeklik) boyutlarıyla bilinen her türden ilişkiye aracılık ettiğini ifade eden sosyal bilimciler, insanın var oluşundan yok oluşuna –bir diğer ifadeyle doğumundan ölümüne– değin geçen zaman aralığını anlamlandıran iletişim tarzlarını dil üzerinden okumaya ve sorgulamaya başlamışlardır. Sosyal bilimleri iletişim ile temellendirmeye çalışan ve üzerine postmodern kültür algısını inşa eden bu yeni sembolik düzlemde, gerçekliğe ancak metinler (alımlama ve yorumlama) üzerinden ulaşılabileceği ifade edilmiştir. 'Dil' üzerinden yürütülen çözümlenmeler, eğitim alanında bir yandan öğretim uygulamalarının önem kazanmasını diğer yandan da eğitim planlaması, ölçme-değerlendirme, eğitim yönetimi, eğitimde psikolojik hizmetler, eğitim teknolojileri, halk eğitimi, özel eğitim vb. branşların akademik olarak belirginleşmesini sağlamıştır. Yeni paradigmda, 'eğitim' yoluyla rehabilite edilmiş bir toplumda sosyal bilimlerin düşünsel (felsefi) boyutuna duyulan gereksinimin de ortadan kalkmaya başladığı varsayılmaktadır. Postmodernizmin sosyal bilimlerin tamamına sızmasıyla birlikte 'belirsizlik' mutlakların, 'rastlantısallık' kurumsallaşmanın yerini almaya başlamıştır. Kitlelerin eğitimindeki ikilemlerin girişimcilik eliyle kapatılabileceği ön kabulüne sarılan postmodern kültürde, uzun dönemli politikalar geliştirilmesinin adeta olanaksızlığı ise David Harvey'in şu değerlendirmesiyle ifadesini bulmaktadır:

"Postmodernist filozoflar bize, modern dünyanın güçlüklerinin anlaşılmasının yolu olarak sunulan parçalanmaları ve sesler kakafonisini sadece kabul etmemizi değil, aynı zamanda bundan mest olmamızı önerirler. Karşılaştıkları her önermeyi de yapıbozumuna uğratma ve meşruluğunu ortadan kaldırma takıntısı içinde, sonunda kendi geçerlilik iddialarını, akla dayanan eylem için herhangi bir temel kalmayınca kadar mahkum ederler. Postmodernizm şeyleştirme ve bölünmeleri kabul etmemizi, maskeleye ve üstünü örtme işlemlerini, yerellik, mekansal ve toplumsal gruplaşmada ortaya çıkan her tür fetişizmi yüceltmemizi ister; bir yandan da bütün derinlikleriyle, yoğunluklarıyla, kapsamlılıklarıyla ve günlük hayatımız üzerinde hakimiyetleriyle her geçen gün daha evrensel hale gelen politik-ekonomik süreçleri (para akımları, uluslararası işbölümleri, mali piyasalar ve benzeri) kavrayabilecek türden üst-teoriye de yadsır" (Harvey, 1999: 138).

XX. yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde, kitle iletişim teknolojilerindeki çeşitlenme ile yaygınlaşmanın, piyasa koşullarının gerektirdiği özelleştirme ve serbestleştirme (deregülasyon) politi-

kalılarıyla bütünleşerek, iletişimin konu edinildiği ilişkilerin, araçların ve içeriğin dünya genelinde tartışılmasına neden olduğu görülmektedir. Politika, ekonomi, din, ahlak, felsefe, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, edebiyat, sanat ve popüler kültür gibi farklı alanları etkileyen iletişim kanalları ve içerikleri, iletişim disiplininin diğer disiplinlerle yoğun bir etkileşime girmesine; buna karşın çalışma konularının gün geçtikçe sosyal bilimlerin teorik sahasından uzaklaşmasına neden olmuştur. İletişim disiplininin, görsel sanatlar disiplini ile sinema, reklam ve fotoğrafçılık alt başlıklarında, kamu yönetimi disiplini ile kamuoyu araştırmaları, halkla ilişkiler ve kurumsal yönetim alt başlıklarında, işletme ve endüstriyel ilişkiler disiplini ile örgütsel iletişim, pazarlama iletişimi, piyasa araştırma teknikleri ve "benchmarking" alt başlıklarında, bilgi işlem ve yöneylem disipliniyle de enformatik mühendisliği, hizmet planlaması ve bilişim teknolojileri alt başlıklarında kesiştiği ve bu kesişim alanları üzerinde yoğun bir tahakküm kurmaya çalıştığı açıkça gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda, iletişimin sıklıkla disiplinlerarası olarak nitelendiği; metodolojik sorunları ve özgün yöntem yoksunluğu nedeniyle de bir bilim dalı olarak kendini kabul ettiremediği bilinmektedir. İletişimin konumlandırılmasında sosyal bilimlerin alanındaki güç ilişkileri büyük önem taşımaktadır. İletişim, benzer çıkmaz ve çözümsüzlüklere sahip görsel sanatlar, kamu yönetimi, işletme, bilişim ve yöneylem gibi disiplinler üzerinde ortak ilgi ve araştırma konularından hareketle tahakküm kurmaya çalışırken, tarih, sosyoloji, psikoloji ve ekonomi gibi gelenekselleşmiş sosyal bilimlerin yöntemlerine başvurmakta; sosyal bilim dallarıyla olan ilişkilerinde ise dilbilim ve göstergebilim tarafından geliştirilen yöntemlerden yararlanarak, sosyal bilimlerin literatüründeki tartışmaları ve sonuçları farklılaştırmaya çalışmaktadır. "İzlenen yol, iletişime 'disiplinlerüstü' ve 'bilimler altı' bir konum kazandırarak; yaşamın anlamının 'anlatılardan' geçerek ifade edilmesinde sağlamaktır" (Tellan ve Yılmaz, 2009: 248). Yeni dönemde akademik bilgi birikiminin yerini akademik girişimciliğe bıraktığı bir entelektüel atmosfer ortaya çıkmaktadır: "Akademik girişimciliğin rolü, kendisini; 'yayın yap ya da silin git' deyişinde, dışarıdan mali kaynak bulma, yazdığınız makale disiplinlerarasılığa adanmış olsa bile disiplinler uzmanlaşmayı artırma özelliklerinde ve eğitim ve bilimin homojenliğinde gösterir" (Fine, 2008: 317). Akademik girişimcilik, üniversitelerdeki sosyal bilimlerin kürsülerinin pozitif tartışmacılıktan normatif yorumsamacılığa doğru evrim geçirmesini sağlayan bir süreç olmuştur.

İletişimi bireysel boyuttan kopararak kitlesel ve teknolojik bir olgu olarak sunmaya çalışmak, iletişim tarihini öznelerin ya da süreçlerin tarihi olarak özetleme çabasında olmak ya da insan ilişkilerini teknolojiler (donanımlar ve yazılımlar) bağlamında geliştirilen basit modellerle açıklamak; iletişim alanındaki sorunlara yönelik çözümler geliştirilmesinin önündeki temel engeldir. İletişimin teknolojik bir gerçeklik olarak tanımlanmasının ötesine geçildiğinde ise, olgunun disiplinlerarasılık (interdisciplinary) karakterinden çok disiplinlerüstülük (metadisciplinary) içerdiği iddiasına vurgu yapıldığı görülmektedir. İletişimin disiplinlerüstülüğü iddiası, insan yaşamının anlamlandırılmasında ve ilişkilerin açıklanmasında salt iletişim modellerine başvurulmasının yeterli olduğunu, sosyal gerçekliklerin açıklanmasındaki küçük farklılıkların iletişime yönelinmesi halinde ortadan kaldırılabileceğini ve sosyal bilimlerin en popüler, endüstriyel ve ötekileştirme yerine içselleştirme özelliğine sahip çalışma konusuna doğru kaçınılmaz biçimde evrildiğini varsaymaktadır. Bu narsist, aşırılaştırılmış (marjinalleştirilmiş), tahakküm kurucu yorumun neden benimsenmeye başladığı ise iletişim literatürünün dayandığı pratiğin açığa çıkardığı ekonomik güç ile endüstriyel işleyiş tarzında aranabilecektir. Güç ilişkilerinden, toplumsal sınıflardan ve kültürel direnişten soyutlanmaya çalışılan iletişim pratiklerini kişiler, gruplar, toplumlar arası ilişki ve tek yönlü, tekno-kitlesel tarz düzleminde kurgulayan anadamar (mainstream) literatürünün kendisine disiplinlerüstülük atfetmek için yeterli ekonomik güce ve medya profesyoneline (ya da iletişim uzmanına) sahip olduğu açıktır.

Kitle iletişimi kavramı, 1920'lerde, dönemin 'yeni medyası' olarak lanse edilen ve kamusal alandaki enformasyona yön veren radyo, sinema, telefon gibi teknolojiler ile aracılanmış iletişimi ifade etmek üzere ortaya atılmıştır. Yine bu dönemde gazete, mektup, fotoğraf, telgraf gibi 'geleneksel' olarak tanımlanan medyanın da kitle iletişim süreçlerinin etkisi altında kalarak değişim geçirdiği

görülmektedir. Gazete yayımcılığının köklü bir geçmişi olmasına rağmen, gazeteler ancak XIX. yüzyılın sonlarından itibaren yerelliğin, elitizmin ya da politik yanlılığın sınırlamalarından görece sıyrılabilmiş ve artan kentsel nüfusa paralel geniş toplum kesimlerine seslenebilen bir iletişim ortamı haline gelmiştir. Yine bu dönemde kitle iletişim araçları hakkındaki teorilerin, gelişen bir toplumdaki bireylerin değişen karakterlerinin bilinçliliğine dayandırıldığı gözlemlenmektedir. Toplumsal kalkınma ile kitle iletişimini kullanma sıklığı arasındaki ilişkinin kuvveti, bireylerin bilinç düzeyleriyle açıklanmaya çalışılmış ve 'güçlü kitle iletişimi güçlü demokrasinin göstergesidir' özdeşliğine ulaşılmıştır. Medyanın hızlı bir biçimde yaygınlaşmasına ve kitle iletişim etkinliklerinin gerek psiko-politik gerekse sosyo-kültürel süreçlerle sık sık ilişkilendirilmesine rağmen, II. Dünya Savaşı sonrasına değin iletişim alanı sosyal bilimlerin farklı dal ve geleneklerinin etkisi altında kalmıştır. Claude Shannon ve Warren Weaver tarafından 1949 yılında yayımlanan 'İletişimin Matematiksel Modeli' başlıklı çalışmayla birlikte bağımsız ve disiplinlerarası bir araştırma konusuna dönüşen iletişime ilişkin ilk dönem tanımlamalarda, kitle iletişim araçları ile kitle iletişim tarzının insan ilişkilerinde ve sosyal yaşam pratiklerinde neden olduğu değişime vurgu yapıldığı görülmektedir. Anadamar yorumun etkiler, ritüeller, kültürel göstergeler ve yenilikler temelinde örgütlendiğini varsaydığı kitle iletişiminin, ekonomik amacının kâr, politik amacının ise özgürlük olduğu sıklıkla ileri sürülmüştür. "Elliott'un belirttiği gibi, kitle iletişimi düzenlenmiş anlamın transferi bağlamında çoğu kez iletişim bile değildir. Kitle iletişimi daha çok 'izleyicilik'tir ve kitle iletişim izleyicisi katılımcıdan veya enformasyon alıcısı olmaktan çok bir grup izleyicidir" (McQuail ve Windahl, 1997: 70).

İletişim çalışmalarının disiplinlerarasılığı ve bu dönemde alanda çalışan akademisyenlerin temelde sosyoloji, psikoloji, antropoloji ve siyasal bilimlerde uzmanlaşmış olmaları, iletişimde anadamar (mainstream) yorumu olarak adlandırılan ve 1970'lerin ortalarına değin egemenliğini koruyacak olan paradigmanın kendi yaklaşım tarzına aşırı odaklanmasına neden olmuştur. Akademik bakımdan yeni yeni biçimlenmekte olan bir çalışma sahasına (iletişime) kendi bilimsel varsayımlarıyla gelen akademisyenlerin, sorunlara da esas uzmanlık alanlarının teorik kısıtlılıkları çerçevesinde odaklanmaları, XX. yüzyılın ikinci yarısına değin inceleme yöntemlerini ve konularını net bir şekilde ayırtmış olan sosyoloji, psikoloji, sosyal antropoloji gibi alanların da iletişim alanı dolayımında muğlaklaşmasına ve melezleşmesine yol açmış; sosyal psikoloji, kültür sosyolojisi, siyasal etnografi, gruplar psikodinamiği gibi yeni araştırma disiplinlerinin doğmasına neden olmuştur. Bu dönem boyunca iletişim eğitiminde akademik olarak sosyal bilimler eğitiminin önemine vurgu yapılırken, pratik olarak da gazete, dergi, sinema, radyo ve televizyon uygulamalarına yoğunlaşıldığı gözlemlenmektedir. İletişim eğitimi Türkiye'de de bu ekseninde ancak yavaş bir gelişim çizgisinde ilerleme göstermiştir:

"Tek parti yönetimi gazetecilerin de en az öğretmenler kadar eğitim görmesi gerektiğine inandığından, sorumlu yazı işleri müdürleri için lise ya da yüksekokul bitirme zorunluluğunu 1931 Basın Yasası'na eklemiştir. Bunun üzerine İstanbul Darülfünun'u bir gazetecilik okulu açmak için girişimlere başladıysa da Basın Yasası'nın eğitimle ilgili maddesi gazetecilerin girişimleriyle değiştirilince yüksekokul açılması düşüncesi terk edilmişti. Konu 1950 yılında bu kez gazetecilerin isteği üzerine tekrar gündeme geldi ve İstanbul'da iki yıllık eğitim veren bir Gazetecilik Enstitüsü kuruldu. Bu kurum gazetecilere diploma verme işlevi gören ilk meslek eğitim kurumu oldu, ama gazetecilikle ilgili bilimsel çalışmaların odağı haline gelemedi. Ancak 1965 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksekokulu'nun kurulmasıyla iletişim alanında akademik araştırma yapma olanağı ilk kez gerçekleşmiş oldu" (Alemdar ve Erdoğan, 2001: 7).

Kitle iletişimi olgusu, temelde endüstriyel üretim ve fabrika montaj hattı ya da bürokrasi tarzı örgütlenme pratikleriyle ilişkilendirilebilir bir içeriğe sahiptir. Ürünler standartlaşmakta ve üreticileri ile tüketicilerini (basit anlamıyla haber profesyonellerinin, medya çalışanlarının, iletişim uzmanlarının, okuyucuların, dinleyicilerin, izleyicilerin içinde yer aldığı bir toplum kesitini) disipline etmektedir. Özel alanda kişiselliğe kamusal alanda ise ortaklığa ve paylaşımcılığa vurgu yapan kitle iletişiminin karakteri, kitlesel izleyicinin ortaya çıkışını, fikirlerde ve inançlarda paydaşlıklara

dikkat çekilmesini, toplumsal tüketim alışkanlıklarının gelişmesini ve ulusal-uluslararası ölçekte politikalar üretilmesini sağlamakta ya da kolaylaştırmaktadır. Ancak sosyal ilişkilerdeki ideolojik çatışmalar ve güç mücadeleleri, iletişimde dengeden çok tek yanlılığa, paylaşımdan çok kontrole, mesajdan çok iletim kanalına ve izleyicinin benzeşmesinden çok ayrışmasına/yalnızlaştırılmasına neden olmuştur. Kitle iletişim teorisinin bağımsız bir disiplini meşrulaştırma aracı olarak inşa edilememesi, ekonomi, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, politika gibi gelenekselleşmiş sosyal bilim dallarından farklılaşmış bir yaklaşımın geliştirilmesine de engel olmuştur. Bununla birlikte bilim dalları ile olan bağlar ve disiplinlerarası ilişkiler, teorik yaklaşımların sık sık değişmesine ve çeşitlilik kazanmasına da kaynaklık etmiştir. Sosyal bilimlerin farklı dallarında egemen olan ya da dışlanan paradigmlar, iletişim disiplinine yapılan müdahaleler sonrasında iletişimin paradigmlar mücadelesinin yaşandığı bir alana dönüşmesine neden olmuştur. Ekonomi, sosyoloji, psikoloji, etnografi gibi kendi araştırma konularına ilişkin özgün bir inceleme yöntemi geliştiren ve bilim dalı olarak tanımlanan alanlarda, egemen olan, gözden düşen ya da benimsenirliğini kuvvetlendirmek isteyen sorunu ele alış tarzları (paradigmlar); iletişim disiplinini kendi varsayımlarını sınavabilecekleri, uygulamalarını gerçekleştirebilecekleri bir saha olarak görmüş ve yeniden tanımlamaya çalışmışlardır. Ekonomi bilimi içerisinde kapitalist sisteme dönük eleştirileri nedeniyle marjinalleştirilen ekonomi-politik yaklaşım ya da kültürel antropoloji içerisinde güç kazanamayan ideoloji analizleri iletişim disiplini içerisinde kabul gören tartışma konuları olmuşlardır. Sosyal bilimlerin farklı dallarından gelen ve iletişim içerisinde karşılık bulan çalışma konularının çeşitliliği, iletişim disiplininin akademik olarak zenginleşmesini, sosyal bilim dallarıyla olan ilişkilerde akademik iletişimcilerin pozisyonunun kuvvetlenmesini ve farklı paradigmların kendileri için yeni bir meşrulaştırma alanı bulmalarını (ya da bulduklarını ummalarını) sağlamıştır.

Sosyal bilimler literatüründe, iletişim ve iletişim eğitimiyle bağlantılı olarak yaşanan bu tarz konumlandırma mücadelelerinin temelinde ise, 'çekme/sürükme' etkisinin yer aldığı açıktır. Günümüzde eğitim materyallerinin geliştirilmesi, eğitimcilerin eğitimi, ölçme ve değerlendirme teknikleri ile bu amaç doğrultusunda kullanılan teknolojiler, öğrenci-eğitimci ilişkisinin kurulması ve sürdürülmesi ile formal-informel eğitim tarzının ya da doğrudan-dolaylı, anında-eşzamansız, yüz yüze-aracı, teknoloji yoğun-zihinsel emek yoğun gibi eğitim biçimlerinin yapılandırılması bir bütün olarak 'iletişim' olgusuyla bağlantılı konumdur. Yine iletişim altyapılarının gerek telekomünikasyon sistemleri aracılığıyla finansal sermaye hareketlerinin sinir sistemi olarak tanımlanıyor ve gerekse medya düzeni aracılığıyla kitlelere erişimin adeta tek yolu şeklinde betimleniyor olması da; disiplinlerarası karakterden bir meta-disiplin çıkarma ümidindekilerin iştahını kabartmaktadır. İletişim disiplininin akademik örgütlenmesine bağlı olarak güç kazanan 'gazetecilik', 'fotoğrafçılık', 'sinema ve radyo-televizyon', 'halkla ilişkiler ve tanıtım', 'reklamcılık', 'bilgi sistemleri' gibi akademik branşların pek çok sosyal bilim dalının yerini doldurabileceğini iddia eden çevreler açısından, geleneksel sosyal bilimler eğitime ayrılan kaynaklar ve yapılan harcamalar israf olarak görülmekte ve uzmanlaşmaya dönük 'stratejik içerikler eğitimi'ne kaynak ayrılması zorunluluğu olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda halkla ilişkiler, başta iletişim olmak üzere işletme, kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler, çalışma ekonomisi, tarımsal planlama, sosyoloji, psikoloji, kültürel antropoloji, spor bilimleri ve yönetimi, sanatsal tasarım ekonomisi ve pazarlaması gibi çok sayıda çalışma alanının stratejik içeriği olarak görülmekte ve eğitim harcamalarındaki payını gün geçtikçe artırmaktadır.

2. Halkla İlişkilerin Kurumsallaşması ve Eğitimdeki Yansımaları

XIX. yüzyılda dünya geneline yaygınlaşan ve işleyiş tarzını gerek kurumsal gerekse yapısal sistemler aracılığıyla kabul ettirmeye çalışan kapitalizm, kısa sürede, sermayenin rekabet koşulları altında artan kârlılık hedefinin, üretimden tanıtıma ve markalamaya, iknadan piyasalara sunuma, tüketimden yeni ürün arayışına geçmeye kadar 'her aşamada satış' ilkesinin işlemesiyle mümkün hale geleceğini fark etmiştir. Kapitalizmin satış çabasına yönelik planlı etkinliklerin parçası olarak, bir yandan toplumun tüm kesimlerinin alım gücünü artıracak (böylelikle pazarı kitleleştirecek)

mekanizmalara destek verilmeye başlanmıştır; diğer yandan da pazarlama, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka kültürü, kurumsal kimlik, imaj yönetimi gibi teknikler aracılığıyla reel ya da potansiyel tüketici konumundaki hedef kitlenin belirli ürünleri satın almasını sağlayacak bilişsel, duygusal ve davranışsal kontrol kanallarının açığa çıkması için çalışılmıştır. Bu bağlamda halkla ilişkiler pratiği insan bilincinde 'onay üretimi'ni sağlayan yapı, halkla ilişkiler şirketleri (ajansları) ise bir mal ya da hizmeti satmayı, bir insanı tanıtmayı, bir eyleme, bir ilişkiye ya da bir düşünceye sosyal değer atfetmeyi amaçlayan kurumlardır. Halkla ilişkiler faaliyetleri ile amaçlanan bir ya da birkaç şirketin kârlılığının sağlanmasının ötesinde, bir bütün olarak mevcut ekonomik, politik ya da kültürel ilişkilerin meşrulaştırılması ve hedef kitlenin zihinlerinin bu yönde ikna edilerek onay üretiminin sağlanmasıdır (örneğin ekonominin işleyiş tarzının mutlak ve alternatifsiz gereklilik şeklinde sunularak egemen sistemin bütün ürünleriyle satışlarıdır). Halkla ilişkilerin bu doğrultuda kurumsallaşması, mikro düzlemde şirketler için yönetim stratejileri ve standartları geliştirilmesine, verimlilik, etkililik ve etkinlik kriterleri oluşturulmasına, yazılı ve sözlü iletişim (söylem, retorik, metin yazarlığı vb.) becerisine vurgu yapılmasına, ekip çalışması ile grup psiko-dinamiğine yoğunlaşılmasına neden olurken; makro düzlemde ise meşrulaştırma süreçlerinin aksayan yönlerinin gözden geçirilmesine, güncellenmesine ve eldeki verilerden hareketle olgulara ilişkin olası ihtimalleri değerlendirerek risk, stres, kriz, sorun, itibar yönetimi gibi konularda politikalar geliştirilmesine yol açmıştır. Halkla ilişkiler kurumsallaştığı ölçüde farklı içeriklere yönelmiş ve bu içeriklerde eylemler yürütmek, içeriklere ilişkin kararlar verebilmek amacıyla da halkla ilişkiler sektörünün profesyonellerine (yöneticilere ve çalışanlara) ve akademik eğitim alan profesyonel adaylarına (her aşamadan öğrencilere) dönük eğitimler verilmeye başlanmıştır.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin tarihsel gelişimi ile eğitsel gelişimi birbirine paraleldir. Sanayileşme sürecinde başlangıçta kamu kurumları ve şirketler bünyesinde yürütülen halkla ilişkiler etkinlikleri kapsamında, kalifiye personel ihtiyacı organizasyon içi eğitimler ve 'usta-çırak' ilişkisi yoluyla karşılanmaya çalışılmış; faaliyetlerin artması ve çeşitlenmesi sonrasında ise bir yandan organizasyondan bağımsız kuruluşlara dönüşürken (basın ajansları, halkla ilişkiler şirketleri vd.) diğer yandan da akademik ve formel eğitim programları (üniversiteler ile mesleki örgüt ve derneklerin düzenlediği kapalı devre eğitimler) aracılığıyla sektörün ihtiyaç duyduğu insan gücü yetiştirilmeye çalışılmıştır. Yeni dönemde halkla ilişkiler profesyonelleri hem organizasyonların iç ve dış kamularıyla olan iletişimlerini koordine etme görevini üstlenirken, hem de yönetimlere stratejik kararlarında ilişki danışmanlığı yapmakla sorumlu olmuşlardır. Bu tarz 'çifte sorumluluğun' geçerli olduğu koşullarda sektör profesyonellerinin geçmişe kıyasla çok daha fazla donanımlı olması gerekmektedir. "Profesyonel bir halkla ilişkiler eğitim programı, bireyi halkla ilişkiler yönetimine, kariyer geliştirmeye ve de küresel bağlamda hem topluma hem de mesleğe sürekli katkılar sağlayacak şekilde hazırlamalıdır" (Vural ve Yurdakul, 2004: 257).

Halkla ilişkiler eğitimi, öncelikle eğitimi verilecek olanın 'ne olduğu?', eğitim sürecinin 'nasıl işlediği?' ve 'formel eğitim süreci aracılığıyla hangi sorunların giderilmesinin hedeflendiği?' gibi soruları gündeme taşımaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler eğitimi sürecinde aktarılabilecek olanın 'ne olduğu?' sorusu 'halkla ilişkilerin ne olduğu?' sorusunun doğal uzantısı olarak okunmalıdır. Halkla ilişkilerin 'belli bir ülkede yaşayan, ortak dil, tarih, kültür ve yaşama alışkanlıklarına sahip insanlar topluluğuyla kurulan sistematik iletişim süreçleri bütünü' olarak tanımlanmasıyla 'organizasyonun, kamusunu, kendi çıkarları doğrultusunda enforme etme ve bu enformasyon bağlamında yönlendirme girişimi' şeklinde anlamlandırılmasının tartışmayı farklı sonuçlara götürceği açıktır. Halkla ilişkiler (public relations) kavramı ilk kez 1807 yılında ABD Başkanı Thomas Jefferson tarafından ifade edilmişse de, günümüzdeki anlamına en yakın kullanımı 1882 yılında ABD'de Yale Hukuk Fakültesi'nde Dorman B. Eaton tarafından dile getirilen ve halkla ilişkileri 'halkın yararını düşünmek' olarak ifade edilen içeriktir. Batı dünyasında kapitalist üretim biçiminin yerleşik ve sistematik bir görünüm kazanmaya başladığı XIX. yüzyılın son döneminde, şirketlerin satış sonrasında karşılaşılan problemleri aşmak ve ticari sahtekârlıklara karşı dernekler, sivil toplum inisiyatifleri ve yerel basın eliyle örgütlenen kamuoyunun gücünü kırmak için devreye soktuğu

halkla ilişkiler faaliyetleri, zamanla 'organizasyonla –iç ve dış– kamusu arasındaki ilişkilerin doğru biçimde düzenlenmesi' olarak anımlandırılmaya başlamıştır. Şüphesiz ki bu doğruluk tekelleşme eğilimine girmiş sermaye topluluklarının çıkarlarını korumak biçimindeki bir gerçekliğe işaret etmektedir.

"Kapitalizmin son yüzyıl boyunca geliştirdiği toplumsal işbölümünün karmaşıklığı ve devasa kitleleri hasas bir denge içinde tutmaya çalışan yoğunlaşmış kentsel toplum, daha önceden ihtiyaç duyulmayan muazzam bir toplumsal koordinasyon ihtiyacı yaratmaktadır. Kapitalist toplum buna direndiği ve aslında bu toplumsal koordinasyonu sağlamaya yönelik toplam bir planlama mekanizması geliştirmenin herhangi bir yolu bulunmadığı için, bu kamusal fonksiyonun önemli bir bölümü anonim şirketin iç işleri haline dönüşür. Bunun arkasında herhangi bir hukuksal temel ya da idari kavram mevcut değildir; bu basit bir biçimde kendi iç planlaması sonuç olarak zorunlu toplumsal planlamanın kaba bir ikamesi haline dönüşen anonim şirketin devasa büyüklüğü ve gücü sayesinde ortaya çıkmıştır" (Braverman, 2008: 254).

Halkla ilişkilerin şirket yönetimlerinin bir parçası olarak örgütlenmesine koşut, şirketlerin hedef kitlelerinin belirginleştirilmesi ve yönlendirilmesi çabası başlamıştır. Kişilerin, toplulukların, kuruluşların, ürünlerin ya da etkinliklerin, belirli özellikleri ile ön plana çıkan bireylere (hedef kitleye), dikkat çekecek biçimde, kişilerarası veya teknolojilerle aracılanmış şekilde iletilmesi anlamına gelen 'duyurum' (publicity) halkla ilişkiler etkinliklerinin öncül formu olarak kendisine yer bulmaya başlamıştır (Tellan, 2009). Duyurum, tanıtma, promosyon gibi faaliyetler aracılığıyla etkinlik sahasını genişleten halkla ilişkilerin kurumsallaşmasında içten dışa doğru bir yönelim yaşandığı bilinmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde şirket içindeki basın ofisi (press office), yazı bürosu (literary bureau) ya da duyurum birimlerinin (publicity department) yetersiz kalması nedeniyle profesyonel iletişim uzmanlarına başvurma gereksinimi ortaya çıkmıştır. Halkla ilişkilere ilişkin organizasyon dışından profesyonel destek arayışı bu dönemde yeni yeni ortaya çıkmakta olan halkla ilişkiler ajansları ile karşılaşmaya çalışılmış (kuruluş yılları sırasına göre Ketchum-1923, Hill & Knowlton-1927, Ivy Lee & T. J. Ross-1933, Fleishman-Hillard-1946, Rogers & Cowan-1950, Edelman-1952, Burson-Marsteller-1953); ajanslarda çalışacak halkla ilişkiler profesyonellerinin ise üniversitelerde halkla ilişkiler eğitimi yoluyla yetiştirilmesi planlanmıştır. Örneğin Bernays 1937 yılına gelindiğinde Cornell, Minnesota, Bucknell, Brooklyn, Ohio State ve Rutgers üniversiteleri bünyesinde 'Kamuoyu', 'Propaganda ve Kamuoyu', 'Kamuoyu ve Tartışma Metotları', 'Kamuoyunu Oluşumu', 'Kamuoyunun Kontrolü', 'Basın ve Kamuoyu' isimli derslerin yürütüldüğünü bulgulamıştır (Bernays, 1952:109). Yine bu bağlamda Rex Harlow 1939 yılından itibaren Stanford Üniversitesi bünyesinde tam zamanlı halkla ilişkiler eğitimcisi olarak görev yapmaya başlayan ilk kişi olmuştur.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin kurumsal düzeyde örgütlenmesi XIX. yüzyılın son çeyreğinden itibaren gözlemlenen bir olgudur. Halkla ilişkilerin kurumsal tarihine bakıldığında, 1883 yılında AT&T'nin Charles J. Smith'i şirketle ilgili olumsuz enformasyonu ortadan kaldırmak için çalıştırmaya başladığı; 1889 yılında Westinghouse Company'nin E. H. Heinrichs yönetiminde basınla ilişkileri idare edecek bir birim kurduğu; 1899'da da Mutual Life Sigorta Şirketi bünyesinde tanıtım, duyurum ve gazete reklamlarının koordine edilmesi için birer birim oluşturulduğu; yine bu dönemde E. H. Heinrichs, George Harvey, James D. Ellsworth gibi gazeteci ve basın uzmanlarının şirketler tarafından çalıştırıldığı ve 1900 yılında Boston'da 'The Publicity Bureau' isimli ilk tanıtım ile 1903 yılında da Ivy Lee ve George Parker tarafından ilk halkla ilişkiler ajansının kurulduğu görülmektedir. 1908 yılında AT&T Başkanı Theodore Newton Vail'in halkla ilişkileri şirket yönetiminin vazgeçilemeyecek fonksiyonları arasında sayması ise alandaki hızlı gelişmelerin sonucu olmuştur (Erdoğan, 2006; Okay ve Okay, 2002; Bernays, 1952). ABD'li Showman Phineas Taylor Barnum'un basın ajansları kanalıyla bölgesel ve ulusal ölçekte duyurumunu gerçekleştirdiği ve sahne sanatları tekniklerinden yararlanarak sergilediği etkinliklerden oluşan XIX. yüzyıl halkla ilişkiler faaliyetlerinde, basının ilkesiz ve ahlaksız biçimde kullanımı, iş dünyasında yer almak isteyen fırsatçılar için yeni bir kapı açmıştır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin 'köşe dönme cilikte ve yön-

lendirmede uzmanlaşanlar' (spin doctors) tarafından icra edildiği ilk dönemlerde, etkinlikler piyasa tarafından yoğun biçimde desteklenmiş ve halkla ilişkiler faaliyetleri üzerinde günümüze değin silinemeyen kara bir leke bırakmıştır. Ancak gerçekleştirilen faaliyetlerin gerek kaynak (hukuki zemini oluşturan ve finansman sağlayan şirketler) gerekse hedef kitle (toplumun geniş kesimleri) tarafından içinde yer alınmasına rağmen sürekli olumsuzlanması, bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde rol oynayanların eğitimi gibi bir konunun gündeme getirilmemesine neden olmuştur.

Üretim tarzının fordizm olarak belirginlik kazandığı sanayileşmiş ülkelerde, hukuki düzenlemelerin geliştirilmesi ve politik aktörlerin dayanağını oluşturan sermaye gruplarının net bir biçimde ortaya çıkması sonrasındaki sosyal değişimler, halkla ilişkilerin bir iş kolu olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. Özellikle XX. yüzyılın ilk çeyreğinde halkla ilişkiler, kamuda ve özel sektörde yapılanların çalışanlar ve üretilenleri satın alanlar nezdinde meşrulaştırılması amacıyla kullanılmıştır. "Yüzyılın başında halkla ilişkiler genellikle, güçlü iş dünyasının (business) çıkarlarını, araştırmacı gazetecilik (muckraking journalism) ve hükümet düzenlemelerine karşı savunma görevini üstlenmişti. Bu dönemde çok sayıda olumlu kullanım mevcuttu ancak, kamuoyunu etkilemek için tasarlanmış olan 'bizim hikayemizi anlatmak' (telling-our-story) karşı saldırıları ile iş dünyasının idaresini etkileyen kamu politikalarında değişiklik yapılmaması üzerinde durulmaktaydı. Halkla ilişkiler kavramı, Birleşik Devletler'in I. Dünya Savaşı'na girmesi ve Kamu Enformasyonu Komitesi oluşturmasıyla birlikte tek yönlü ikna edici iletişim olarak egemenliğini sürdürdü. George Creel başkanlığındaki Komite, geniş çaplı ulusal propaganda kampanyasından geçerek kamuoyunu savaş çabasının ardında birleştirme sorumluluğu taşıyordu. Bu erken dönem süresince halkla ilişkiler, diğerlerini etkilemek üzere tanıtma çabası olarak anlaşılmuştur" (Cutlip vd., 1994: 2). Yeni anlayışla birlikte üretilenlerin tanıtımı yoluyla pazarlanmasını yapacak halkla ilişkiler profesyonellerine gereksinim duyulmaya başlanmış ve faaliyetleri yürütenlerin eğitimi önem kazanmıştır. XX. yüzyılın ilk çeyreğindeki bu anlamsal dönüşümün temelinde, organizasyonların ve bu organizasyonların ilişkide oldukları toplumsal kesitlerin niceliksel olarak artması, niteliksel olarak kendi çıkarları doğrultusunda bilinçlenmesi ile açığa çıkan bu yeni mesleğin kendine kimlik oluşturma ve kendini ispatlama çabası yer almaktadır.

II. Dünya Savaşı sonrasında Batı Bloku ve ilişkide olduğu ülkelerde halkla ilişkiler faaliyetleri, medya ile günlük ilişkileri planlamak, kamuoyunu bilgilendirme kampanyaları yürütmek ve güçlü siyasal lobileri etkilemek şeklinde görülmüştür. Halkla ilişkiler ve yönetim profesyonellerinin medyanın güçlü etkilerine yönelmeye başladığı süreçte, kitle iletişim çabalarının önce 'sınırlı etki' modellerinin, ardı sıra da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının hakim olmaya başlaması oldukça şaşırtıcıdır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre hedef kitle, kendi gereksinimleri doğrultusunda iletişim araçlarını ve içeriklerini seçmekte ve bireyler kendilerine etki edeceğini düşündükleri kaynağın arayışına girmektedirler. Arayışına girilen enformasyon, bireyin, zaman ve yer koşullarındaki dinamik değişime bağlı olarak pratikten çıkardığı anlam olarak nitelenmektedir. İletişim araçları ve kanalları aracılığıyla kişi, dünyanın kendisine özgü anlamını oluşturmakta ve gereksinimlerini enformasyon kullanım kapasitesindeki artışla karşılamaya çalışmaktadır. 1960'ların ikinci yarısından itibaren iletişim literatüründe kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının etkili olmaya başlamasına paralel yönetim alanındaki çalışmalar da köklü bir revizyona girmiş ve sistem yaklaşımı yerini durumsallık yaklaşımına bırakmaya başlamıştır. Organizasyonların yönetiminde ve halkla ilişkiler stratejilerinde mutlak geçerliliğe sahip doğruların bulunmadığı görüşünün yaygınlık kazanmasıyla birlikte durumsallık yaklaşımı literatürde benimsenmeye başlamış ve "her yönetim ve organizasyon olayını işletmenin kendi koşulları, kuruluşun çevresel koşullar ve unsurlarla ilişkisi, kullandığı teknolojinin ve personelin sosyo-kültürel özellikleri ile birlikte ele almak ve sorunlara çözüm aramak gerekir" (Eren, 1993: 54) değerlendirmesi güç kazanmıştır. Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile durumsallık yaklaşımının bir arada ele alınması, mesajın etkisinin tutum ve davranışlardan çok bilişsel süreçler üzerinde açığa çıktığının bulgulanmasına; kitle iletişim araçlarının bireyleri nasıl düşünceleri gerektiği hakkında değil, neler hakkında düşünülmesi gerektiği konusunda yönlendirdiğinin tartışılmasına ve organi-

zasyonların bireylerin kültürüne yön verebildiği gibi toplumun kültürel kodlarından da etkilendiğinin ortaya konulmasına neden olmuştur. Halkla ilişkilerin farklı hedef kitleleriyle, farklı durumlarda, farklı yöntemlerle iletişim kurma süreci olarak algılanmaya başlaması da bu dönemin sonucudur.

1978 yılında Mexico City'deki Dünya Halkla İlişkiler Birlikleri Kongresi kapsamında bir araya gelen halkla ilişkiler temsilcileri, yayımladıkları Meksika Bildirisi'nde, halkla ilişkileri sosyal bilimler çerçevesinde öne çıkaran bir tanım yapmışlardır: "Halkla ilişkiler, eğilimleri analiz eden ve bu eğilimlerin sonuçları konusunda önceden tahmin yürüten, kurum liderlerine danışmanlık yapan ve hem kurum hem de kamu yararına hizmet edecek planlı eylemleri uygulayan bir sanat ve sosyal bilim dalıdır" (Warnaby ve Danny, 1997'den aktaran Tunçel, 2009: 113). Halkla ilişkilerin kendisine sosyal bilimler içerisinde bir konum ve meşruluk arayışı, bu yıllarda yaşanmaya başlamış olan paradigma değişimine bağlıdır. 1970'li yıllar boyunca sanayileşmiş ülkelerin enerji darboğazına girmeleri, finansal kargaşa yaşamaları, askeri güce dayalı siyasette başarısızlıklarla karşılaşmaları ve kültürel sembolleri ile yaşam tarzlarını çevre ülkelerine transferde tıkanma içinde olmaları kapitalizmin sosyo-ekonomik paradigmasının değişmekte olduğunun göstergesidir. Kapitalizm, iki kutuplu dünya düzeninde, sinai üretim odaklı günlük yaşam biçimi ve sosyal yapılar aracılığıyla ekonomik etkinliğinin sınırlarına erişmiş ve varoluş ilkesi olan 'büyü ya da yok ol' doğrultusunda yeni bir evreye geçmek zorunda kalmıştır. Dünya genelindeki bütün toplumların hizmetler sektörü temelinde örgütlenmiş bir yaşam biçimine yönelmesini gerektiren bu paradigma; kendisini ekonomik olarak post-fordist ya da neoliberal, politik olarak küreselleşmeci ve kültürel olarak da postmodern kavramları aracılığıyla tanımlamıştır. Halkla ilişkilerin bu yeni paradigma içindeki konumu ise daha da önemli olmuştur. Halkla ilişkiler, bir yandan hizmetler sektörünün örgütlenme tarzındaki çeşitliliğe kendi çalışma başlıklarını çeşitlendirerek destek sağlamaya çalışırken, diğer yandan da kendisinin de bir hizmet olmasından kaynaklanan avantajları diğer örgütsel süreçler (fabrika ve üretim yönetimi, personel planlama, muhasebe, pazarlama, tedarik, teknik servis) üzerinde baskı kurarak genişletme uğraşısında olmuştur. Halkla ilişkilerin organizasyonların yeniden yapılandırılması ve kurumsal iletişimi üzerindeki etkisi o kadar doğrudan olmuştur ki, bir çeyrek yüzyıl içinde neredeyse tüm şirketler insan kaynakları yönetimi, finansal yönetim, lojistik yönetimi, toplam kalite yönetimi, satış sonrası hizmetler bölümü, markalama stratejisi ofisi gibi birimler eliyle yönetilir hale gelmişlerdir. Kurumsal ilişki tarzlarının çeşitlendirilmesi ise organizasyon ile iç ve dış kamuları arasındaki iletişimin artmasına ve genişlemesine neden olmuş; böylelikle insan-şirket bağı güçlendirilerek 'tüketim toplumu' olarak adlandırılan günlük yaşam koşullarının belirginleşmesi sağlanmıştır. Halkla ilişkilerin hem organizasyonu hem de organizasyonun ilişkide olduğu bireyleri iletişim sürecinin iki yakasına simetrik bir ilişkinin tarafları olarak koyması, bu sürecin doğal sonucu olarak anlamlandırılmalıdır. Son yıllarda halkla ilişkilerin, 'bir organizasyonun hedeflerine ulaşmak amacıyla iç ve dış kamularına göre kendini uyarlamasını, değiştirmesini ya da varlığını sürdürmesini destekleyen iletişim yönetimi' olarak tanımlanmasında da bu anlamlandırmanın etkileri açıkça görülmektedir.

3. Halkla İlişkiler Eğitiminde İzlenen Amaçlar

Halkla ilişkiler eğitiminde izlenecek amaçların belirginleştirilmesi, halkla ilişkiler faaliyetlerinin hangi amaçlar doğrultusunda yürütüldüğünün anlamlandırılmasına bağlıdır. Halkla ilişkilerin makro ölçekli hedefini 'onay üretimi' olarak kabul ettiğimizde, artan rekabet koşullarında bir markanın satışındaki artışlar şirketler açısından pek fazla anlam ifade etmemektedir. Bir organizasyonun, ürettiği mal ya da hizmeti başta kendi çalışanları ve yöneticileri olmak üzere, ekonomik, politik, teknik, kültürel, etik ya da estetik ilişkide olduğu bütün sosyal çevresine kabul ettirme çabası, halkla ilişkiler profesyonelleri açısından yetersizdir. Halkla ilişkilerin amacı, üretilmiş, üretilecek olan ya da üretilmesi ihtimali bulunan mal ya da hizmetlerin, fikirlerin veya değerlerin bireysel-toplumsal gereksinimler olarak algılanmasını sağlamaktır. Bir markanın satışlarını artırma çabasındaki pazarlamadan ya da bir görüşün benimsenmesi yönündeki girişim olan propagandanın farkı, bu çerçevede ortaya çıkmaktadır. Onay üretimi, kapitalist üretim sürecinin sonucu olarak

açığa çıkan yaşam tarzı ile gündelik ilişki pratiklerinin meşrulaştırılmasında kullanılan eylemler bütünü biçiminde kendini göstermektedir. Onay üretimi sürecinde, şirketlerin ilişkide oldukları kamuları enforme etme, yönlendirme, bilgilendirerek eğitime, kendilerinin haklılığı ve başarılı olduğu yönünde ikna etme gibi amaçlara odaklanmalarının tek sebebi mevcut güç ilişkilerini, egemen iş yapış biçimini ve toplumsal örgütlenme tarzını meşrulaştırma çabasıdır.

Bu bağlamda, halkla ilişkiler faaliyetlerinin doğası, organizasyon açısından izlenecek amaçlar ile organizasyonun ilişkide olduğu toplum açısından izlenecek amaçların bütünlüklü bir yapıda açığa çıkmasına neden olmaktadır. Bu çerçevede halkla ilişkiler eğitiminin başarısı da, sektörde çalışacak olanlara kurumsal çıkarlarla toplumsal çıkarları özdeşleştirdikleri imajını oluşturma becerisinin aktarılmasıyla doğru orantılı hale gelmektedir. Geleneksel yaklaşımın ikna etme, satış artırma ya da imaj oluşturma çalışmalarının ötesinde halkla ilişkilere eğilen, iletişim tekniklerini uygulayan ve sektör içi rekabeti sektörel işbirliğiyle tamamlayan işletmeler, sektörlerinde son derece önemli sonuçlar elde etmektedirler. Sonuçlar göz önüne alındığında, halkla ilişkilere beklenenler işleme ve toplum açısından ayrı ayrı değerlendirilebilecek (Sabuncuoğlu, 1998:51-53) ve halkla ilişkiler eğitiminde izlenen amaçların etkileri tartışılabilir:

3. 1. İşletme Açısından İzlenen Amaçlar

Günümüz işletmeleri halkla ilişkiler politikalarını ve kurumsal iletişim stratejilerini, kamusal alanı göz önünde tutarak belirlemektedirler. İşletmelerin finansal bakımdan halka açılmalarında (Menkul Kıymet Borsaları'nda hisselerini satışa sunmalarında, sermaye piyasalarına borç tahvili arz etmelerinde vd.) ve sosyal sorumluluk projeleri eliyle halkla bütünleşmelerinde uzun dönemli girişimlerde başarılı olma arayışı yatmaktadır. Bu çerçevede işletmelerin kendi bünyelerinde belirledikleri halkla ilişkiler politika ve uygulamalarının şirketin varlığını koruma ve sürdürme, finansal bakımdan güçlenme, kurumsal saygınlık kazanma, endüstriyel ilişkileri güçlendirme ve özel girişimcilik ile serbest piyasanın gerekliliği konularında toplumu ikna etme beklentilerine yanıt vermesi gerekmektedir. Halkla ilişkiler eğitimi içeriğinde de girişimcilik, ekonomi, bütünlüklü pazarlama iletişimi, kurumsal iletişim, stratejik yönetim, çalışma ilişkileri, şirketler hukuku gibi konuların yer alması işletme açısından izlenen amaçlarla paralellik göstermektedir. Formel eğitim sürecinde halkla ilişkiler ile işletmecilik alanlarının aşırı yakınsamasının ve yer yer lisans düzeyindeki halkla ilişkiler eğitiminin İktisadi-İdari Bilimler fakültelerinde yürütülmesi gerektiğinin ifade edilmesinin ardında bu amaçlarla olan bağlar bulunmaktadır.

3. 2. Toplumsal Açısından İzlenen Amaçlar

Halkla ilişkiler profesyonelleri toplumsal ölçekteki amaçlarını halkı olup bitenler hakkında bilgilendirmek; halkın her türden yönetimle olan ilişkilerinde işlerini kolaylaştırmak; organizasyonların halkla işbirliğini sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak; halkın dilek, istek, tavsiye, telkin ve şikayetlerini dinlemek ve aksaklıkların giderilmesi için çalışmalar yapmak şeklinde sıralamaktadırlar. Halkla ilişkilere toplumsal ölçekte beklenen –ister ticari işletme, ister kamu yönetimi, isterse de sivil toplum kuruluşu olsun– tüm organizasyonların iç ve dış kamularıyla (publics) olan ilişkilerinde açığa çıkan sorunları önemsizleştirilmesi; girişimlerini ise sosyal başarı öyküleri olarak sunmasıdır. Organizasyonların toplumun geniş kesimlerinin sorunlarına sahip çıkması genellikle çok iyi karşılanmaktadır. Toplumun geniş kesimleri, sadece firmanın ürünlerini satın alan tüketici gözüyle algılanmayı istememektedir. İnsanlar, şirketler tarafından markalanarak tüketime sunulan ürünlerin dışında, bu ürünleri sunan kuruluşları da yakından tanımak ve bu kuruluşların topluma ne tür katılarda bulunduğunu ve hangi sosyal sorumlulukları yüklediğini öğrenmek istemektedir. Çünkü toplum genelinde, insan unsuru olmadan işletmelerin varlıklarını sürdürmeyeceği bilinmektedir. Bu çerçevede halkla ilişkiler eğitiminde, etik, sosyal sorumluluk, tüketici hakları, kadın ve çocuk sağlığı, çevre ve ekolojik dengenin korunması gibi konuların akademik programlarda yer bulmaya başladığı görülmektedir. Günümüzde halkla ilişkiler profes-

yonelleri, toplumsal açıdan izlenen amaçları kurum kimliğine ve marka kültürüne eklemeyerek, hedef kitledeki bireylerin zihinlerinde olumlu bir imaj oluşturulmasına ve algılamanın pozitif yönde geliştirilmesine dönük yoğun çaba göstermektedirler.

Organizasyon yöneticileri amaçlarına ulaşabilmek için çalışanlarının ve hedef kitlelerinin tutumlarını, değerlerini ve davranışlarını algılamak ve anlamak zorundadırlar. Halkla ilişkiler profesyonelleri, organizasyonların özel amaçlarını mantıklı, kabul edilebilir ve sürdürülebilir stratejilere çevirirken; toplumsal amaçlarını da genellenebilir ve sektörel ölçekte hesaplanabilir politikalara dönüştürmektedirler. Bu bağlamda halkla ilişkiler, sıklıkla organizasyonun eylemlerini tercüme eden bütünlük bir yönetim fonksiyonu olarak ortaya çıkmakta ve bu tümleşik fonksiyonda piyasa ve kamuoyu araştırması, tanıtım, lobicilik, kurumsal danışmanlık, sponsorluk, insan kaynakları yönetimi, finansal planlama, muhasebe ve hukuki sorumluluklar gibi unsurlara yer verilmektedir. Halkla ilişkiler eğitiminin içeriğinin de, sektörde profesyonel olarak görev üstlenecek iletişim uzmanlarına bütün bu fonksiyonları bir arada ve uyumlu biçimde kullanabilme becerisi kazandırması gerektiği açıktır.

4. Halkla İlişkiler Eğitiminde İçerik: Teori ve Program

Halkla ilişkiler eğitiminin yapısına yakından bakıldığında, gerek şirketlerin günlük kurumsal pratiklerini yürütmede gerekse kamu kurumlarının sosyal ilişkilere yön vermede ihtiyaç duydukları eylemlerin nasıl gerçekleştirileceğinin öğretildiği görülmektedir. Soyut eğitim teknikleri ve kavramları ile yaşamın açıklanmaya çalışılması, beraberinde amaçlılık ve öznellikler getirmekle birlikte; belli bir işin mevcut üretim ve dağıtım mekanizmaları içerisinde nasıl yürütüleceğinin idealleştirilmesi ve ahlaklaştırılmasına (etik kodlar geliştirilmesine) de destek sağlamaktadır. Bir işin nasıl yapılacağına formel kanallar aracılığıyla öğretilmesi (informel ilişkilerin terk edilmesi), işin içeriğinin geliştirilmesi ve mevcut yanlışlarından arındırılması bakımından da önem taşımaktadır. “Halkla ilişkilerin çok farklı alanlara uygulanabilirliği, pazarlama ve yönetim ile olan ilişkisi, araştırmanın önemi, insan ilişkilerine dayalı olması bu konularda temel eğitimi, zorunlu kılarken; iletişimin konunun özünü oluşturması, medya yapısı, iletişim kuram ve yöntemleri konusunda bilgi gerekliliğini ortaya koymaktadır” (Peltekoğlu, 2001: 118).

Halkla ilişkiler eğitiminin zorunluluğu, eğitimin ne düzeyde ve hangi kurumda yürütülmesi gerektiği sorusuna yanıt aranmasını da kaçınılmaz hale getirmektedir. Halkla ilişkiler eğitiminin ortaöğretim (4 yıllık lise ya da meslek lisesi), önlisans, lisans ya da lisansüstü düzeylerin hangisinde ve nerede yoğun bir formel yapıya kavuşacağı önemli bir tartışma konusudur. Eğitimi verecek konuların teorik olmaktan çok, uygulamalı (applied) ve yönetsel (administrative) alanların çalışma konularıyla bağıntılı olması, farklı görüşlerin geliştirilmesi sonucunu doğurmuştur. Kuzey Amerika’da faaliyetlerin endüstriyelleşmesi ve şirketlerin ulusal pazardan uluslararası pazarlara taşınmasında rol oynaması nedeniyle daha ticari ve özel çıkarlara dönük olan halkla ilişkiler, Kıta Avrupası’nda devletin toplumla ilişkilerinin uzantısı ve sosyal sorumluluğun bir parçası olması nedeniyle daha kamusaldır. Her iki yorumun halkla ilişkilere ve halkla ilişkiler eğitimine ilişkin görüşlerinin son çeyrek yüzyıla ait özet bir sunumu için Tablo 1’e bakabiliriz:

Tablo 1. Halkla İlişkiler Eğitiminde Amerikan ve Avrupa Yaklaşımları

Amerika	Avrupa
Teknik nitelikler baskındır ve uygulamadaki eğitim modeli teknik beceriye dayanmaktadır.	Sosyal eğitim modeli benimsenmiştir ve uygulamalı becerilerden çok teoriye vurgu yapılmaktadır.
Halkla ilişkiler, sanat ve zanaat olarak görülmüş, genç kuşaklara akademisyenler değil uygulamacıları tarafından öğretilmiştir. Sek-tördeki iş deneyimi profesyonel eğitimden daha önemlidir. (Hazleton ve Cutbirth, 1993)	Öğrencilerin halkla ilişkiler tekniklerini uygulama sırasında iyice öğreneceklerine inanıldığından teoriye ağırlık verilmektedir. (Hofstadler, 1989)
Anlayışa/kavrayışa çeşitli kaynakların derlenmesiyle değil de performans ile ulaşılması esastır.	En önemlisi öğrencilere geniş kapsamlı ve derin bir eğitsel taban (background) sağlanmasıdır.
Eğitimin en kısa sürede işlevsel hale gelmesi için okullar mezunlarının işe yerleştirilmesine odaklanmalıdırlar.	Eğitim ile amaçlanan mezunun en son ilerleme noktası olan yönetim seviyesindeki olaylara hazırlanmasıdır.
ABD'de, eğitim sonuca ulaşmak için kullanılan bir araç olarak görülmektedir. (Boyer, 1990)	Avrupa'da eğitime farklı toplumsal değerler yüklenmektedir. (Boyer, 1990)
Halkla ilişkiler, esas müfredatı bağlamında gazetecilik okullarına dayanmaktadır. Ancak gazetecilik okulları, halkla ilişkilere medya ilişkileri işlevinin ötesinde bakma konusunda başarısız olmuşlardır. Bununla beraber, halkla ilişkiler, gazetecilikten zamanla kendisini uzaklaştırmış ve iş dünyasına doğru gelişim göstermiştir. Sık kullanılan bir ifade ile gazeteciliğin nesnel olduğu yerde halkla ilişkiler taraf tutmaktadır. (Walker, 1989)	Avrupa halkla ilişkiler eğitimi, gazetecilik uygulamalarına odaklanmamaktadır. Uygulama becerilerinden çok uzak olan ve teoriye yönelmiş bulunan iletişim fakülteleri içerisinde kurulmuştur. Sonuç olarak, Avrupa, araştırma aracılığıyla alana muazzam bir katkı sağlamış, özellikle eleştirel ve retoriksel teoride güçlü bir kuramsal gelişime öncülük etmiştir. (Hofstadler, 1989)
Çok sayıda ülkenin ABD halkla ilişkiler firmaları tarafından temsil edilmesi ile birlikte uluslararası halkla ilişkiler konusunda dersler açılması yönünde ihtiyaç doğmuştur. (Ogbondah ve Pratt, 1991)	İnsanların ulusal sınırlar arasında hareketini kolaylaştıran Avrupa Ekonomi Topluluğu'nun (AET) kurulması, iş dünyasının çeşitli dillerde işleyişine ve farklı dillerden pazarlarla iletişime duyulan talebi artırmış ve aynı zamanda çeşitli dillerde ve uluslararası halkla ilişkilerde öğrenimi zorunluluğa dönüştürmüştür. (Hazleton ve Cutbirth, 1993)
Birden fazla dil bilen mezunlar vermek şart olmuştur. (Epley, 1992)	Mezunların iki ya da üç dil bilmeleri zorunluluk haline geldi. Bu hem Avrupa Birliği olmanın hem de küreselleşmenin etkilerini çok etkin bir şekilde karşılamının gereğidir. (Epley, 1992)
Stratejik karar verme ile muhasebe ve bütçeleme gibi teknik yönetsel beceriler sağlayan dersler tavsiye edilmektedir. (Kinnich ve Cameron, 1994)	Halkla ilişkiler ve iş eğitiminin entegrasyonu, değişen toplumun zaman ve ihtiyaçlarının bir ürünüdür. (Hatfield, 1994)

Amerika	Avrupa
<p>ABD'de üniversite öğretimi Avrupa'dakine kıyasla çok daha geneldir. Halkla ilişkilerde yönetim teknik bir işlev değildir. Amerika'da eylem deneyim olarak görülmektedir. ABD, öğrencileri teknik işlevler için eğitmektedir. (Nessmann, 1995)</p>	<p>Avrupa'da Amerika'ya kıyasla aşırı uzmanlaşmış bir üniversite eğitimi söz konusudur. Yönetim bir uygulama işlevidir: Teorinin uygulaması, halkla ilişkiler uygulayıcısının kriz yönetimi, analitik düşünme gibi konularda öğrencinin becerili olması sağlanmaktadır. Temelde Avrupa'daki halkla ilişkiler eğitimi halkla ilişkiler yönetimi eğitimidir. Avrupalı teorisyenler, kitle iletişim kuramları ve eleştirel kuram gibi konuların geliştirilmesine büyük katkı sağlamaktadırlar. (Nessmann, 1995)</p>
<p>Reklamcılık ve halkla ilişkiler öğrencilerine, edebi ve beşeri ilimlere güçlü bir vurgu yapılarak, sözlü, yazılı ve görsel iletişim öğretimi, iş ve örgütsel davranışın birleşik anlayışı, danışmanlık becerileri ve diğer iletişim disiplinlerini anlama konularında bütünlük bir program önerilmektedir. (Caywood ve Newsom, 1993)</p>	<p>Ulusal sınırların ötesine geçen meseleler, Greenpeace gibi yeni ve güçlü siyasi ve sosyal grupların ortaya çıkmasına neden olmuş; bu durum farklı alanlarda bilgi sahibi olan halkla ilişkiler personeline olan ihtiyacı açığa çıkarmıştır. Teknolojik gelişmeler halkla ilişkilerde ve halkla ilişkiler alanındaki eğitimciler üzerinde yeni talepler doğurmuştur. (Hazleton ve Cutbirth, 1993)</p>
<p>Amerikan Halkla İlişkiler Birliği, 1983'te IPRA tarafından yayımlanan uluslararası raporda açıkça ifade edilmiş olmasına rağmen, halkla ilişkilerin iletişim teorisi ile bütünleştirilmesi konusunda hiçbir çaba sarf etmemektedir. (White, 1995)</p>	<p>Avrupa'daki halkla ilişkiler derneklerine göre, halkla ilişkiler, iletişim teorisi ile bütünleştirilmelidir. Bu, IPRA'nın 1983 yılında yayımlanan uluslararası raporunda kararlaştırılmıştır. (White, 1995)</p>
<p>Eylemi temsil eden ve müşterilerin tutumları ile kamunun mesajları arasındaki dengeyi bozabileceğinden kuşkuyla kullanılan yeni araçlara –internet, cep telefonları ve diğer yeni iletişim teknolojileri– karşı uyarıda bulunulmaktadır. (Paster, 1995)</p>	<p>XXI. yüzyıl, bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç duymaktadır. Uzun dönemli ilişki inşasının önemine bağlı olarak, iş esaslı ağlardan ziyade enformasyon otobanına (superhighway) erişilebilirlik ve kişiye özel olma niteliklerine odaklanmalıyız. Eğitim görenleri gerçek anlamda PR profesyoneli yapacak olan yeni entelektüel stratejik yönetim çerçevesine ve metodolojilere gereksinim duymaktayız. (Hayes, 1996)</p>
<p>İşyerindeki profesyonel sosyalizasyon, halkla ilişkilerin yönetsel rolle bağlarını koparmaktadır. (Berkowitz ve Hristodoulakis, 1999)</p>	<p>İngiltere'de halkla ilişkiler profesyonelleri için getirilen şartlar ağırlaştırılmış olmasına karşın, bilgi ve becerilerin seviyesi istenen düzeyde değildir. Bunun nedeni, çoğu uygulamacının 'kişisel niteliklerine' aşırı kıymet takdir edilmesi ve deneyimin çok daha güvenilir bir nitelik olarak sunulmasıdır. (L'Etang, 1999)</p>

<p>İnternet ortamında yürütülen halkla ilişkiler yüksek lisans programları üzerine yapılan araştırma, zorunlu ve seçimli halkla ilişkiler dersleri ile diğer seçimli dersler arasında sayı ve tür olarak bir tutarlılık bulunmadığını göstermektedir. (Aldoory ve Toth, 2000)</p>	<p>Karar vermede etik kriterler birçok faktör tarafından zayıf düşürülmektedir. Halkla ilişkiler uygulamacılarının stratejik karar verme süreçleri endüstriyel ve örgütsel bağlam yönetimin halkla ilişkilerden beklentisi ve uygulamacının yönetim tarafından algılanan yeterliliği ile çevrelenmiştir. (Moss, Warnaby ve Newman, 2000)</p>
---	--

Kaynak: Lowe, 2002:31-35

Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve 1990'lardan itibaren dünya ekonomisinin global ölçekte işler hale gelmesi, halkla ilişkiler alanında geniş çaplı değişikliklere neden olmuştur. 1970'lerin ülke dışındaki müşterilere hizmet götürme anlayışı, 1980'ler boyunca İngiltere ve Kıta Avrupası'nda yaşanan neo-liberal dalga sonrasında yerini global hizmet üretimi ve tüketimi anlayışına bırakmıştır. Kapitalist pazar ekonomisinin hakim olduğu ülkelerde konumlanmış özel şirketler ve bu ülkelerin kamu kuruluşları, dünya genelindeki özelleştirme ve deregülasyon uygulamalarıyla birlikte, çokuluslu sinai ve hizmet üreticileri haline gelmiş ve dahil oldukları pazarların ihtiyaçları doğrultusunda halkla ilişkileri ayrıştıranak yeniden işlevselleştirmişlerdir. Olay–stres–risk–kriz–itibar–ilişki yönetimi, personel yetkilendirme yaklaşımı, sosyal sorumluluk anlayışı, kurum kimliği inşası, duygusal marka oluşumu gibi faaliyet temelli ayrıştırmalarla halkla ilişkiler, zamana ve mekana bağlı olgusal eylemliliklere dönüştürülmüştür. Bu doğrultuda halkla ilişkiler eğitiminde akademik programlar geri plana itilmeye başlamış ve ulusal-uluslararası şirketlerin/kurumların ya da meslek birliklerinin düzenlediği kurs, eğitim programı ve atölye çalışmaları ön plana çıkarılmıştır. Kısa süreli, sektörde karşılaşılan sorunların pratik yöntemlerle çözümlenmesine ve alınan eğitimin farklı kurumlar tarafından sertifikalandırılarak geçerli kılınmasına dayanan bu programlar ile halkla ilişkiler alanında çalışanlara yeni bir kişisel gelişim çizgisi açılmaktadır. Bu tarz programların düzenlenmesiyle formel eğitimin kısıtlayıcılığının ortadan kalktığını ifade eden sektör uzmanları, 'halkla ilişkiler programlarının akademik kimlikten uzaklaştırılmasının kime ne yarar sağladığı ve kimlerin ne kadar kazanç elde etmesine destek olduğu' sorularına ise yanıt vermekten kaçınılmaktadırlar.

Günümüz dünyasının değişen dinamikleri, halkla ilişkiler eğitiminin kapsamlı olarak gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Halkla ilişkiler eğitiminin içeriği, artan gereksinimlerin sonucu olarak mobil uygulama-sosyal planlama ekseninde yeniden kurgulanmaya çalışılmaktadır. 1987 yılında yayımlanan Halkla İlişkiler Eğitimi Komisyon Raporu'nda belirtilen hususların pek çoğu günümüzde anlam kaymasına uğramış; 1999 yılında kaleme alınan Eğitim Raporu ise sektördeki yeni eğilimleri kapsamayı amaç edinmiştir. Bu tarz girişimler, değişen dünya dinamiklerini karşılama yönünde atılan önemli adımlardan birisi olarak ele alınabilecektir. Dünya genelinde ön plana çıkan mobil teknolojiizm, çokkültürlülük ve küreselleşme olguları halkla ilişkiler eğitimi üzerinde de oldukça etkili olmuştur. Sosyal ilişkilerin gerektirdiği iletişim uzmanlığı bilgi ve becerisine sahip olunması, ön lisans, lisans, lisansüstü ve yaşamboyu öğrenme boyutlarında eğitim ve öğretim faaliyetlerinin –ve buna paralel olarak da öğrenim çıktılarının– gözden geçirilmesi ve yeniden yapılandırılması bu çerçevede önem kazanmıştır. Halkla ilişkilerde bilgi ve becerinin bir arada hayata geçirilmesi adeta bir zorunluluk haline gelmiş (PRSA, 1999) ve halkla ilişkiler eğitiminin sektörde görev alacak profesyonellere sunması gereken temel bilginin kapsamı,

- iletişim kavramı ve ikna stratejileri
- iletişim ve halkla ilişkiler teorileri
- ilişki kurma ve ilişki geliştirme
- toplumsal eğilimler
- etik

- hukuki gereksinimler ve sorunlar
- pazarlama ve finans
- halkla ilişkiler tarihi
- araştırma ve öngörüler
- örgütsel değişim ve gelişim
- işletme kavramı ve teorileri başlıkları altında toplanmıştır. Benzer biçimde halkla ilişkiler eğitimi alanlardan talep edilen becerilerin ise;
- araştırma metotlarını ve analizini
- enformasyon yönetimini
- yazılı ve sözlü iletişim dilinde uzmanlaşmayı
- sorun çözümünü ve uzlaşmayı
- stratejik planlamayı
- stres yönetimini
- hedef kitleyi bölümlendirmeyi
- bilgilendirici ve ikna edici yazışmayı
- tüketici ilişkilerini, çalışma ilişkilerini ve uygulama alanlarını
- dijital ve teknolojik okuryazarlığı
- bireyleri, programları ve kaynakları yönetmeyi
- duyarlı kişilerarası iletişimi
- akıcı yabancı dil bilgisini
- etik karar verme becerisini
- halkla ilişkiler uzmanlar topluluğunda yer almayı
- mesaj üretimini
- gündemdeki meseleler üzerinde çalışmayı
- topluluk önünde konuşma ve sunum yapmayı
- karşıt kültürlerle ve farklı cinsel kimliklere duyarlı uygulamaları içermesi gerektiği ifade edilmiştir.

Bütün bunlara koşut olarak, halkla ilişkiler eğitiminin başarı ile yürütülebilmesi için önemli rakamlara ulaşan mali kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Eğitim programlarının, üniversitelerle işbirliğine geçecek meslek örgütleri aracılığıyla finansal kaynak temini yöntemini benimsemesi en rasyonel olandır. Bölgesel, ulusal ya da uluslararası halkla ilişkiler/kurumsal iletişim derneklerinin/vakıflarının akademik halkla ilişkiler programlarına fonlar ile destek sağlaması, sektörün talep ettiği profesyonellerin yetiştirilmesinde önemli bir adımdır. Sürecin geribildirimi ise halkla ilişkiler ya da kurumsal iletişim ajanslarının mesleki örgütlerin çatısı altında toplanması ve sektörün iç disiplin ve etik standartlar kazanmasını sağlama yönündedir.

Eğitimin başarısı için gerek akademik gerekse idari personelin koordineli ve öğrenci odaklı çalışması gerektiği hemen her aşamada dile getirilmektedir. İletişim profesyonellerinden yarı zamanlı akademik personel olarak destek alınması sonrasında halkla ilişkiler eğitiminin uygulama yönündeki eksikliklerin giderilebileceği açıktır. Halkla ilişkiler eğitiminin verileceği sınıf, laboratuvar ve atölyelerdeki donanım ile üniversite ofislerinde kullanılan yazılımların günümüz gereksinimlerini karşılayacak nicelik ve nitelikte olması derslerdeki verimliliği artıracaktır. Kongre, konferans, sempozyum ve çalıştay gibi akademik etkinlikler ile profesyonel kariyer gelişimi seminerleri için özel fonun ayrılması; etkileşimi ve paylaşımı mümkün kılan altyapının mevcut olması; üniversite ve fakülte kütüphanelerinin sürekli güncellenmesi; öğrencilerin akademik burslarla desteklenmesi; eğitsel hizmetlerin '7 gün 24 saat' ilkesi doğrultusunda sunumu ve projelere özgün altyapı desteğinin sağlanması koşullarında, uygulamalı içeriğin yoğun olduğu eğitim programlarının başarılı olma ihtimali artmaktadır. Üniversite-sektör işbirliğinde kârlılığın esas alınmasının ötesinde sosyal sorumluluk ve farklı bakış açıları geliştirmek gibi ilkelerin de dikkate alındığı projelerin desteklenmesi ise bir zorunluluktur. Böylelikle halkla ilişkiler faaliyetlerinde hedefler esnekleştirilerek, sektörel çalışma koşullarında insani gereksinimlere odaklanılması sağlanılabilecektir.

5. Sayısal Teknolojilerin Halkla İlişkilere Katkısı

XXI. yüzyılda halkla ilişkiler, sayısal (dijital) teknolojilerle aracılanmış platformlarda yürütülen bir iletişim eylemi haline gelmiştir. Şirketlerin, kamu kurumlarının, her türden organizasyonun web sayfaları, söyleşi odaları, forumlar, e-posta aracılığıyla tüketicilerin sorularını en kısa sürede yanıtlama imkanı ve elektronik bülten, katalog, davetiye gibi çok sayıda sayısal ortam halkla ilişkiler uygulamalarının ayrılmaz bir parçası olmuştur. Hatta sayısal teknolojilerin yaygınlaşması nedeniyle geleneksel halkla ilişkiler pratikleri ya dönüşüme uğramış ya da tümüyle ortadan kalkmıştır. Bu bağlamda çok sayıda halkla ilişkiler uzmanı, yeni medyanın –özellikle de internetin– bir yandan halkla ilişkiler eylemleri üzerindeki olumsuz ya da saptırıcı etkisi ile mücadele ederken diğer yandan da faaliyetlerini onların açığa çıkardığı yeni olanaklarla uyumlandırma çabası içine girmektedirler. Halkla ilişkiler uygulamaları, gerek kurumsal yapılanma gerekse iç ve dış paydaşlar ile ilişkiler bağlamında sayısal teknolojilerden kaynaklanan bir dönüşüme uğramıştır. “Enformasyon akışının değişen doğası ile haberlerin şaşırtıcı düzeyde hızlı ve çok farklı yönlerde akışı –bir başka ifade ile iletişimdeki hareketlilik, hız ve etkileşimlilik– geleneksel halkla ilişkiler uygulamalarını yetersiz hale getirmiştir” (James, 2008: 137-138). İnternete erişim imkanına sahip hemen herkes –ki bu oran dünya nüfusunun % 20’sini geçmiştir– global ölçekte dağıtım potansiyeli taşıyan enformasyon üretim sürecine dahil olabilmektedir.

İnternetin, halkla ilişkilerde araştırma ve uygulamaya dönük bakış açılarını değiştirdiğini söylemek yanlış olmaz. İnternet sayesinde halkla ilişkiler profesyonelleri daha geniş bir enformasyon toplama ve derleme ortamına kavuşmakta, farklı konularda iç ve dış kamularının nabzını takip edebilmekte ve yine sayısız konu hakkında kamusal alanda diyaloga girebilmektedirler. Aslında bu dönüşüm temelde halkla ilişkiler profesyonellerinin, organizasyonun tüm birimleri arasında uyumu sağlayacak ağ temelli (network based) stratejiler geliştirebilmelerine bağlıdır:

“Ağ ekonomisi ve ağ örgütlenmesi, buna göre ağ yönetimi ve onun temeli olan ağ iletişimi hızla yayılmaktadır. Yeni rekabetin temeli örgütsel değişim olmaktadır. Katı bir hiyerarşik ve stabil örgütlenme değil, bir ağ etrafında ileriye (pazara) ve geriye (hammaddeye) doğru yönelen yapıları kurmaları gerektiriyor. Bu yapı, ortakların ya da katılımcıların bağımsızlığına dayalı, kendisine yeterli olmayan, karşılıklı bağımlı (ortak çıkara dayalı), teknolojik avantaj sağlayan bir yapıyı öngörmektedir. Fakat halen geleneksel yönetime alışmış olanlar eskinin katı örgütlenmesi olan yüzyüze iletişimde ısrarlılar” (Kaya, 2003: 102).

Halkla ilişkiler ile sayısal teknolojiler arası ilişkiler bağlamında üzerinde durulması gereken bir diğer nokta ise, gösterge üretimi sürecine ilişkin farklı bakış açılarının gelişimidir. İletişim profesyonelleri kültürel literatüre yeni formlar eklemektedirler. Mobil iletişim kapsamındaki göstergeler sistemi ‘txt\html’ tabanlı yeni bir ara dil kullanımına gereksinim duymakta ve her geçen gün yaygınlık kazanan bu göstergeler sistemi internet protokolleri aracılığıyla geniş kitleler nezdinde işlerlik kazanmaktadır. Ağ temelli halkla ilişkiler stratejileri geliştirmek sadece teknik donanıma sahip olmayı değil, aynı zamanda iletişim sürecinin anlamlandırılmasındaki kodlamaları, sembolleri, arka planları kısacası içerik üretim sürecini de anlamayı gerektirmektedir. Medyanın yeni yapısı, sayısal teknolojilerin ve bilgisayar uygulamalarının dahil olduğu tüm bilişsel uygulamaları kapsamı bağlamında çok farklı hususlara gönderme yapmaktadır. Kurumsal halkla ilişkiler pratikleri web erişimli oyunlar, internet sitesi anketleri, platform içi yarışmalar gibi bilgilendirici-eğlendirici (infotainment) içerikler aracılığıyla yürütülmektedir. Eğitim bağlamında değerlendirildiğinde ise sayısal teknolojiler, halkla ilişkiler programlarına üniversitelerin farklı bölümlerinden derslerin, uygulamaların ve projelerin dahil edilmesine imkan sağlamaktadır. Öğrenciler halkla ilişkiler teorilerini, farklı akademik ve entelektüel pratikler içerisinde değerlendirme becerisi kazanmaktadır. Halkla ilişkiler eğitiminde geleneksel eğitim süreçlerinin yanı sıra öğrencilere bilginin aktarımını kolaylaştırabilecek çok sayıda ağ temelli öğrenim metoduna başvurulması adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle teorik bilgi ile uygulama arasında köprü görevini üstlenen küçük grup projeleri, simülasyon ve animasyon teknikleri, sosyal medya uygulamaları, sınıf içi ve atölye çalışmaları ile gerçek zamanlı mesleki deneyimler hayata geçirildikleri ölçüde öğrencilere katkı sağlamaktadır.

Sonuç

Halkla ilişkiler hizmetlerinin yaygınlaşması ve olgunlaşması halen devam etmektedir. Önümüzdeki yıllarda halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim hizmetleri sektörünün büyümesi ve sayısal teknolojiler çerçevesinde örgütlenerek içsel dönüşümünü tamamlaması kaçınılmazdır. Kurumsal iletişime ve uluslararası bağlantılara katılımın her geçen gün arttığı; çokuluslu şirketlerin örgütlenme ve iletişim tarzının ulusal şirketlerin işleyiş dinamiklerinin önüne geçtiği; gerek iç gerekse dış kamularla iletişimin ve etkileşimin ön plana çıktığı; sayısal teknolojiler ile aracılanmış insan ilişkilerinde patlamanın yaşandığı ve bireylerin kültürel davranış kalıplarında yakınsamanın gözlemlendiği günümüzde, halkla ilişkiler yoluyla kamusal alanda farkındalık yaratma ve zihinlerde onay üretimini sağlama kapitalist ekonominin işlerliği açısından büyük önem arz etmektedir.

Kurumsal iletişimin farklı düzlemlerdeki gelişimi, alanda eğitilmiş, uzmanlaşmış personele duyulan ihtiyacı her geçen gün artırmaktadır. Halkla ilişkiler danışmanlığı ve her türlü halkla ilişkiler hizmetinin yürütülmesi ise pek çok alandaki gelişmelerle uyumlu hareket edebilmeyi ve sektörel ihtiyaçları takip edebilmeyi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler alanının önümüzdeki yıllarda 'sayısal platformlara dağılmış bireylerin zihinlerinde hangi yol ve yöntemleri kullanarak ortak bir onay üretimi mekanizması oluşturulabiliriz?' sorusuna vereceği yanıt kilit bir konum taşımaktadır. Aksi takdirde halkla ilişkiler, günlük yaşamları postmodernizm ve öğeleri tarafından kuşatılmış bireylerin farklılık, kopukluk, ayrışıklık ve süreklili marjinalite arayışı krizine yanıt veremez hale gelecek ve kapitalist ekonomide işlevsizleşecektir:

"Ekstrem kültür, gerçek hayatın aşırılıklarını gasp ediyor. Bir zamanlar biraz tuhaf davranışlar bile aforoz edilmenize, cadı diye boğulmanıza veya dışlanmanıza neden olurken bugün, dövme ve piercing yaptırma veya satanist, paganist, şeytan kovucu, kutularında saklı olarak duran bebek koleksiyoncusu olmak bile tam tersi bir etki yapıp, arkadaş edinmenize neden oluyor. Kültürümüz, bir şeylere dalma ve eğlenme dürtülerimizi tatmin etmek için aşırılaştırırken, gerçek hayatın tuhaflıkları da ilgi çekmek haline dönüşüyor. Bu kapalı bir devre: Gerçek hayattaki aşırı eylemlerin aşırı eğlenceye dönüştürülmesi, gerçek hayat fanatiklerinin televizyonda gördüklerinden daha fanatik şekilde popüler kültüre girmeye çalışması, başka bir gerçek hayat fanatlığına neden oluyor. Sonuçta, ana akım kültürünün özel olmaktan ısrar etmesi, aşırılıkta ısrar etmesi haline dönüşüyor"
(Niedzwiecki, 2011: 201).

Yaşam biçimlerinin aşırı öznellik ekseninde yeniden örgütlendiği çağımızda halkla ilişkilerin izleyeceği yol, sektördeki profesyonel pratiklerin gelişiminin ötesinde, sektörde çalışacakların da nasıl bir eğitim sürecinden geçmeleri gerektiğini belirleyecektir. Nasıl ki iletişim çalışmalarının kendisine kazandırmaya çalıştığı disiplinlerüstülük karakteri, sosyal bilimlerin alanının tümüne egemen olma çabasının bir uzantısıysa; halkla ilişkilerin farklı iletişim tarzları içerisinde mevcut güç ilişkilerini yeniden üretecek iletişim yolları belirleme çabası da yeni onay üretimi mekanizmaları kurma çabasının bir parçasıdır. Halkla ilişkilerin mevcut konununun iletişimden geçerek sosyal bilimler literatürünün geneline doğru evrilmesinin, ekonomik belirleyiciliğin eğitim süreçlerinin geneline hakim olması ile özdeşlik doğurma ihtimali yüksektir. Bu bağlamda halkla ilişkiler eğitiminin etik, sosyal sorumluluk ve belirli yöntemler doğrultusunda pratikleri gerçekleştirmek olgularıyla ilişkilendirilmesi mutlak bir zorunluluğa dönüşmüş durumdadır.

Halkla ilişkiler eğitimi, teori ile pratiğin bir aradalığına ve uyumuna dayanmaktadır. Teorik varsayımların yaşama ilişkin gerçekleri dışlayamaması kadar önemli olan bir husus da günlük pratiklerin teorik tartışmalar yürütülmesiz anlaşılamayacağı ve aktarılamayacağıdır. Halkla ilişkiler alanında iyi eğitim almış olmak, alanın teorik ve pratik donanımına bir arada sahip olmayı gerektirmektedir. Halkla ilişkiler profesyonellerinin ekonomi, yönetim, sosyoloji, psikoloji, antropoloji gibi farklı akademik alanların içerikleri ile toplumsal kültürü kavramak için gerekli olan çok sayıda enformasyonu bir arada değerlendirmeleri birincil ilke olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektördeki profesyonellerin hedeflerine ulaşabilmek için iletişim becerileri geliştirme, etkili hitabet teknikleri kullanma, kurumsal ilkelere uygun metin yazma, durumları ve sorunları analiz etme, koşullar karşısında pratik düşünme, hızlı, anlık ve kesin çözüm önerileri geliştirme gibi özellikler

kazanmaları ise temel sorumluluk haline gelmiştir. Bu doğrultuda halkla ilişkiler, kendi geleceğine ilişkin yol ayrımında karşı karşıya olduğu, kurumsal iletişimin unsuru olarak kalma; sosyal bilimlerin geneline doğru hegemonik bir yaygınlaşma ya da başlangıçtaki amacına uygun olarak günlük yaşamın bütününe dönük onay üretim mekanizmaları kurma karar alternatiflerinden hangisine yönelirse yönelsin, mevcut halkla ilişkiler eğitiminin bir bütün olarak yeniden tasarlanması kaçınılmazdır.

Kaynakça

- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (2001). "İletişim". Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Bilim: Sosyal Bilimler-II. Ankara: TÜBA Yayınları:1-10.
- Bernays, Edward (1952). Public Relations. Norman: University of Oklahoma Press.
- Braverman, Harry (2008). Emek ve Tekelci Sermaye. Çev. Çiğdem Çıdamlı. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Cutlip, Scott, Center Allen H. ve Brom, Glen M. (1994). Effective Public Relations. New Jersey: Prentice-Hall.
- Çamdereli, Mete (2000). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Erdoğan, İrfan (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Erk.
- Eren, Erol (1993). Yönetim ve Organizasyon. İstanbul: Beta Yayınları.
- Fine, Ben (2008). Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı. Çev. Ayşegül Kars. İstanbul: Yordam Yayıncılık.
- Harvey, David (1999). Postmodernliğin Durumu. Çev. Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları.
- James, Melanie (2008). "A Review of the Impact of New Media on Public Relations: Challenges for Terrain, Practice and Education", Asia Pacific Public Relations Journal. Vol. 8: 137-148.
- Kaya, Bayram (2003). Yönetimsel ve İş İletişimi. Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.
- Lowe, G. I. (2002). Outcomes-Based Guidelines for the Curriculation of Technikon Level Public Relations Education in South Africa, Unpublished PhD Thesis, Rand Afrikaans University Faculty of Arts. Johannesburg.
- McQuail, Denis ve Windahl, Sven (1997). Kitle İletişim Modelleri. Çev. Konca Yumlu. Ankara: İmge Yayınları.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir (2002). Halkla İlişkiler. İstanbul: Der Yayınları.
- Niedzwiecki, Hal (2011). Ben Özelim! Bireylik Nasıl Yeni Konformizm Haline Geldi. Çev. Sibel Erduman. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Peltekoğlu, Filiz B. (2001). Halkla İlişkiler Nedir?. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- PRSA (1999). "A Port of Entry: Public Relations Education for the 21st Century". Commission on Public Relations Education Report. http://www.prsa.org/SearchResults/view/61-1999/0/A_Port_of_Entry. Erişim Tarihi: 19.03.2011.
- Rosenau, Pauline Marie (2004). Post-Modernizm ve Toplum Bilimleri. Çev. Tuncay Birkan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat (1998). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Tellan, Derya (2009). "Öteki Olarak Halkla İlişkiler". Halkla İlişkiler: Teori ve Uygulama Derya Tellan (der.) içinde. Ankara: Ütopya Yayınları:13-50..
- Tellan, Derya ve Yılmaz, Adem (2009). "İletişim Disiplininin Sosyal Bilimler Üzerindeki Tahakkümünün Tartışmak". 21. Yüzyılda Türkiye'de Sosyal Bilimler ve Toplum Sorunları Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Yalova: Akademisyenler Birliği Yayınları:245-255..

Tunçel, Hakan (2009). "Halkla İlişkilerin Adlandırma Sorunsalı Üzerine Bir Değerlendirme".
Marmara İletişim Dergisi. Sayı: 14: 109-123.

Vural, Beril Akıncı ve Yurdakul, Nilay Başok (2004). "Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma". 2nd International Symposium Communication in the Millennium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars. Proceedings Vol. 1. İstanbul:253-267.

Üniversite Sanayi İşbirliği Perspektifinden Türkiye'deki İletişim Eğitime İlişkin Bir Değerlendirme¹

Erdal Dağtaş²

Özet

Bu çalışmanın amacını, yeni sağ siyasalar çerçevesinde pazar dinamiklerine uyum gösteren ve metalaşan bilim anlayışının sorgulanması oluşturmaktadır. Dolayısıyla, uygulamalı bilimlere verilen öncelik karşısında, toplum ve insan bilimlerinin değerini yeniden ortaya koymak bu çalışmanın önemine işaret etmektedir. Bu bağlamda, toplum ve insan bilimleri tarafından beslenen "iletişim" alanında gerçekleştirilen eğitimin ve yapılan araştırmaların genel olarak değerlendirilmesi çalışmanın sorunsalını oluşturmuştur. Bu anlamda, çalışma iki bölümden oluşmaktadır: İlk bölümde, yeni sağ politikaların üniversite üzerindeki etkileri ve nasıl bir iktidar yapılanmasına yol açtığı tartışılmış; ikinci bölümde ise, örnek olarak iletişim eğitimi ele alınmış ve bu alanda gerçekleştirilen çalışmalar genel olarak değerlendirilmiştir. Sonuçta, üniversitelerdeki bilimsel faaliyetlerin nasıl olması gerektiğinden yola çıkılarak; iletişim eğitimi ve çalışmaları hakkında, üniversite sanayi etkileşiminin dışında kalacak akademik bir nosyonun önemine vurgu yapılmıştır. Yeni sağ siyasaların şekillendirdiği üniversite sanayi işbirliği karşısında, "toplumsalın yararı"na bilimsel üretimin gerçekleştirilmesi ise bu çalışmanın sonucunu oluşturmuştur.

Anahtar sözcükler: Yeni Sağ Politikalar, Üniversite Sanayi İşbirliği, Bilimin Metalaşması, İletişim Eğitimi, İletişim Çalışmaları.

An Evaluation On The Communication Education in Turkey From The Perspective of University-Industry Cooperation

Abstract

The aim of this study is to question the commoditized science perception complying with the market dynamics within the framework of new right-wing politics. Therefore, re-manifesting the value of social and human sciences against the priority given to applied sciences points out to the importance of this study. In this context, a general evaluation of the education and researches conducted in the field of "communication" which is fed by social and human sciences lays out the problem of the study. In that sense, the study is comprised of two parts: In the first part, the impact of new rightist politics on university and how it led to a political power construction are discussed; and in the second part, communication education is taken up as an example and the studies carried out in this field are analyzed in general. As a result, based on how scientific activities should be conducted at universities, an academic notion excluding the university-industry interaction is emphasized. The scientific production "in favor of the social", opposing the university-industry cooperation formed by the new right-wing politics, lays out the conclusion of this study.

Key words: New right-wing politics, university-industry cooperation, commoditization of science, communication education, communication studies.

1 Bu çalışma, 8-10 Eylül 2006 tarihleri arasında İzmir Karaburun'da düzenlenen "Bilim ve İktidar" temalı Karaburun Bilim Kongresi'nde "Medya-Sermaye-Üniversite İlişkileri: Türkiye'de İletişim Eğitimi, Alandaki Bilimsel Çalışmaların Konumu ve İktidarın Gücü" başlığıyla sunulan bildirinin genişletilmiş ve yeniden gözden geçirilmiş halidir.

2 Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü.

Giriş

Üniversiteyi tanımlayan en temel hakikat, sözcüğün etimolojisinin de anlattığı üzere, “evrensellik”tir. İlber Ortaylı (1999: 24), üniversitenin tarihi hakkında sorulan bir soruyu şöyle yanıtlamıştır: “Üniversite hakikaten üniversal bir bilgi yeridir...” Ancak, bu ifade, yerelin karmaşık sorunlarına doğru çözümler ürettiği ve üzerinde herhangi bir iktidar aygıtının hegemonyasını hissetmediği ölçüde anlamlı bir tanım olarak değerlendirilebilir.

Mehmet Ali Kılıçbay (1999: 18) ise, üniversitenin, “...her toplumun, her kültür alanının, hem de bütün insanlığın lüksü olarak, doğrudan para kazandırması mümkün olmayan alanlarda fikir, düşünce, teori ve tartışma üreten entelektüel bir ortam olarak...” örgütlenmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla, üniversite eğitiminin, adından da anlaşılacağı üzere “evrensellik düşün ve duygusuna sahip” olduğu ve aynı zamanda “yereli” de içerisine alıp sorunsallaştırdığı sürece gerçek anlamını kazandığından söz edebiliriz.

Günümüzde hem eğitim sisteminde hem de daha özel olarak yüksek öğretim alanında yaşanan değişimler, kapitalist toplumsal yapıda gerçekleşt(en)tirilen dönüşümler sonucunda şekillenen yeni sağ politikaların analizi sayesinde anlamlı kılınabilir.

1970’lerin ikinci yarısından itibaren dünyada başat hale gelen yeni sağ politikaların, Türkiye’deki üniversiter yapı üzerinde ne tür etkilerde bulunarak başkalaşım yarattığı bu çalışmanın amacını oluşturmuştur. Üniversite sanayi ilişkilerinin oluşturduğu iktidar bütünün çerçevesinde, iletişim alanında yürütülen eğitimin ve bilimsel çalışmaların nasıl bir kimlik kazandığının irdelenmesi ise çalışmanın sorunsalını oluşturmuştur. Dolayısıyla bu çalışmada, öncelikle üniversitelerin iç işleyişi ve bilimsel faaliyetleri üzerinde yeni sağ politikaların ne tür etkileri olduğu ve nasıl bir iktidar yapılanmasına yol açtığı irdelenmiş; sonrasında da iletişim alanında gerçekleştirilen eğitimin ve bilimsel çalışmaların konumu değerlendirilmiştir.

1. Yeni Sağ Politikalar ve Türkiye’deki Üniversiter Eğitim Üzerindeki Etkileri

Dünya ölçeğinde 1970’li yıllarla birlikte başlayan değişim eğilimlerinin, Türkiye toplumsal yaşamında da önemli etkileri olmuştur. Sağlık, çalışma ve sosyal güvenlik gibi diğer sosyal haklarla birlikte eğitim, bu değişimin etkilediği en önemli alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

1970’li yıllarda piyasa yönelimli yeni sağ politikaların uygulamaya sokulmasıyla birlikte, Türkiye’de piyasanın işine yarayan ve bireysel çıkarları çoklaştırmayı amaçlayan bir eğitim sistemi kurgulanmaya başlanmıştır. Piyasa ve birey merkezli bu yaklaşımla, toplumdaki tüm kesimlerin eşit biçimde yararlanması gereken eğitim hakkının erozyona uğratıldığından söz edilebilir (Ercan, 1999: 50-51).

Neo-liberal iktisadın düşünürleri, “piyasa” merkezli girişimlerine ilişkin kendilerini meşrulaştıracak argümanlar geliştirmişlerdir. Dünya Bankası ve IMF tarafından “yapısal uyum programları” çerçevesinde tüm dünyaya dayatılan “özelleştirme” hareketinin sloganı, “yararlanan öder” mantığına indirgenmiştir. Eğitim, sağlık, konut, sosyal güvence vb. 1980’li yıllara değin “sosyal devlet” kapsamında kamusal hak sayılan ne varsa, özel girişime devredilmeye başlanmıştır. Devletin elinde kalan kimi temel hizmetler ise, “para”ya tahvil edilerek yarı özelleştirilmiştir (Özbudun ve Demirel, 1999: 42).

1980’li yıllar Türkiye’ye ilişkin siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel alanlarda doğrudan etkileri olan birbiriyle bağlantılı iki gelişmeye sahne olmuştur. Bu gelişmelerden biri dışsal, diğeri ise içsel dinamiklerin belirleyiciliğinde gerçekleşmiştir. Aslında, içsel olanın da belirleyicisi özellikle Anglo-

Sakson ülkelerin dünyadaki diğer ülkelere dayattığı ekonomi politik yapıdır denilebilir. 24 Ocak 1980 Ekonomi Kararları ve 12 Eylül 1980 askeri darbesi, Türkiye siyasi ve toplumsal yaşamına ilişkin bugünü değerlendirebilme yönünde iki önemli tarih olarak çalışmalara konu olmuştur. 24 Ocak Kararları, ABD ve İngiltere eksenli yeni sağ politikaların iktisadi anlamda Türkiye'deki yansımaları olarak gözlemlenirken; 12 Eylül askeri darbesi de, ülkede başta üniversiteler olmak üzere pek çok kurumun erozyona uğratıldığı bir tarih olarak değerlendirilebilir.

Askeri darbenin ürünü olan YÖK sistemi, 1990'ların başından itibaren kendisini küresel kapitalizm yönelimli bir dönüşüme hazırlamıştır. Metin Özuğurlu (1999: 98), yerleştirilmeye çalışılan bu sistemi "piyasacı üniversite" olarak tanımlamaktadır. Piyasacı ya da piyasalaşma eğilimi sergileyen üniversite yapının izdüşümlerini başlıca üç başlık altında toplamak mümkündür: (1) Üniversite-sanayi işbirliği, (2) Özel/vakıf üniversitelerinin yaygınlaşması, (3) Toplam kalite yönetiminin üniversitelerde benimsenmesi.

1.1. Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Ar-Ge Faaliyetleri

1980'li yıllarla birlikte üniversite, Özuğurlu'ya (1999: 97) göre, "yenilik (innovation) sisteminin bir parçası olarak Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerine girmek ve küresel pazarda rekabet edebilecek 'insan sermayesini' yetiştirmek seçenekleriyle karşı karşıya bırakılmıştır." Artık üniversiteye biçilen misyon, teknoloji belirlenimli ekonomide, yeni sanayiler ile işbirliğidir.

"Bu bağlamda, "bana patronunu söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim" diyen Hüsamettin Arslan'ın (1999: 72) şu sözleri gelinen noktayı açıklamaktadır: "Modern dünyamızda bilimin patronu, devlet ve büyük şirketlerdir. Onlar, kendi amaçlarına ve hedeflerine ulaşmak amacıyla bilimsel kurumlara, bilimsel araştırmalara yön verirler. Bilim lüks bir faaliyettir, para demektir ve patron önemlidir. Yoksulların ve güçsüzlerin/iktidar sahibi olmayanların bilim yapmaya hakları yoktur..."

Hasan Ünal Nalbantoğlu (1994: 447) ise, "akademik yaşamın iç örgütlenmesinin, ulus devletin belirlediği önceliklere ve 'pazarın arz-talep dengesine kayıtsız kalamayacağı" irdelemesinde bulunmaktadır. Çünkü, pazarın gizli diktatörlüğü saklı kalmak kaydıyla, siyasi bunalım dönemlerinde totaliter tavır sergileyen rejimlerin tek bir çatı altında denetlemeye geçtikleri üniversite eğitim kurumlarının bu tür eğilimlere karşı direneceğini; beraberinde özgürce düşünen insan yetiştiren "üniversitas" modelini sonuna değin sürdüreceğini düşünmek yanıltıcı olacaktır (1994: 447-448).

Sermaye ile eğitim arasında son zamanlarda açığa çıkan önemli ilişki biçimlerinden biri de, teknoloji donanımlı üniversitelerin proje bazında, özellikle üniversite döner sermayeleri çerçevesinde, sanayi için Ar-Ge faaliyetleri üretmesidir. Özellikle fen/mühendislik bilimlerinde gözlemlenen bu yöndeki olgu, üniversitelerin ticarileşmesine yol açmaktadır. Üniversitelerin piyasa süreci ile bütünleşmeleri, özellikle sanayi ile bütünleşmelerinde belirleyici olan değişim, üniversite içinde şirketleşmenin gündeme gelmesidir (Ercan, 1999: 87-88).

Üniversite sanayi işbirliğinin (ÜSİ) üniversite ve sanayici için bir tercih değil, ancak yaşamsal bir zorunluluk olduğu söylenmektedir. Bilimin teknoloji içeriği, teknolojinin de bilim içeriği güçlenmiştir. Karşılıklı bağımlı hale gelen bilim ve teknoloji, bu işbirliğinin "nesnel" gerekçesi olarak gösterilmektedir. İkinci olarak, ÜSİ'nin merkezinde yer alan Ar-Ge faaliyetleri, hem rekabet üstünlüğünün elde edilmesinde hem de kârın gerçekleşmesinde zorunludur. Ar-Ge faaliyetleri, uzun süreyi, maliyeti ve riski (kârlılığın belirsizliği) içerdiği için, mutlaka üniversite bünyesinde ve öncülüğünde yapılmalı, sanayiciye üniversite güvencesi verilmelidir (Özuğurlu, 1999: 100-101).

Böylece giderek daha fazla sanayinin kontrolüne giren üniversiteler artık, araştırmalarını sanayinin ihtiyaçlarına göre belirleyeceklerdir. Bunun dışındaki araştırmaları yürütecek mali

kaynaklar ise kısıtlanmış olduğundan, bilimsel araştırmaların yalnızca uygulamaya yönelik olanları çalışmalarını sürdürülebilir. ³ Diğer yandan, üniversiteler sanayi ile işbirliği sayesinde mali kaynaklarını çoğaltan pozitif ve uygulamalı bilimlere, sosyal ve beşeri bilimlere kıyasla daha bir önem atfetmekte ve zamanla "para kazan(a)mayan" bu bölümler yaşamlarını sürdürebilme kavgası verir duruma gelmektedirler (Demirer, Duran ve Orhangazi, 2000: 46). 2000 yılına dair bu tespit, bugün itibarıyla de anlamını korumakta; üniversiter eğitimde üniversite-sermaye ilişkilerine yanıt vermeyen ve özellikle sosyal bilimler alanında etkinlik gösteren disiplin ve bölümlerin varlığı üniversitelerde tartışılmaya açılmıştır.

Kuşkusuz sözü edilen bu gelişme, son dönemlerde sosyal bilimlere de sanayi ile işbirliği yönünde ortak projeler yürütme ve sanayinin beklentilerine entegre olma yönünde doğrudan olmasa da bir refleks ya da zorunluluk ile karşı karşıya bırakmıştır denilebilir. ⁴ Eşdeyişle, pozitif bilimlerin alanındaki bu gelişmenin son dönemlerde sosyal bilimlerin alanını da etkilediğinden söz edilebilir. Bununla birlikte, sosyal bilimlerin alanında kimi disiplinlerden (felsefe, sosyoloji, antropoloji vb.) mezun olanların iş bulamamaları ya da bu bölümlerin üniversite döner sermayesine para kazandırmıyolarak gereksizliğiyle zaman zaman kapatılmaları yönündeki tartışmaların da gündeme geldiğinden söz edebiliriz (Demirer, Duran ve Orhangazi, 2000). Sözü edilen bu durum, Batı coğrafyası ve özellikle ABD için bir tespit olarak ifade edilebilir. Benzer gelişmenin, Türkiye'yi de etkilediğinden/etkileyeceğinden söz edilebilir. Batı ile uluslararası sözleşmelere imza atan bir ülke, küresel anlamda bu gelişmelerden etkilenecektir. Bu anlamda, sözü edilen eğilimin Türkiye'deki vakıf/ticari üniversitelerinin öncülüğünde, kamu üniversiteleri tarafından da içselleştirilmeye başlandığından söz edilebilir.

1.2. Eğitime Yönelik Kamusal Harcamaların Kısıtlanması ve Ticari Üniversiteler

Eğitime yönelik kamu harcamalarındaki kısıtlamalar, beraberinde iki farklı olguyu gündeme getirmiştir. Bunlardan ilki, eğitimde kalitenin düşmesidir. İkincisi ise, toplumsal iktidar ilişkilerinde egemenliği elinde tutmak isteyen ve bu isteği ekonomik donanıyla yerine getiren bazı toplumsal kesimlerin, kendileri için daha kaliteli eğitim olanaklarını sağlayacak okulları açmasıdır. Sonuçta, geleceğe ilişkin bir yatırım olarak tanımlanan eğitim, ancak bu yatırımı yapabilenlerin geleceğini satın almalarına yol açan, eşitsiz ve eşitsiz olduğu kadar da adaletsiz bir mekanizmaya dönüşmüştür (Ercan, 1999: 74-75).

1980'ler sonrası ekonomi politik atmosfere koşut olarak, pragmatik/seçkinci/akılcı yaklaşımın egemen değer olarak kabulü ve bunun en belirgin tezahürü olarak da, devlet üniversitelerinde bile iyi/kötü ya da birinci sınıf/ikinci sınıf ayrımının yerleştirilmesi, kurulan vakıf üniversiteleri (aşlında ticari üniversiteler⁵) aracılığıyla bu ayrımın devlet üniversitesi/özel üniversite⁶ karşılığında pekiştirilmesi ve bir anlamda bu "farkın" devlet denetimi dışında bırakılmasıdır (Nalçaoğlu, 1999: 85).

Türkiye'de üniversitelerin kurulmasına ilişkin karar, siyasal iktidar(lar) tarafından alınmaktadır. Dolayısıyla, hiçbir altyapısı olmayan çevre/taşra üniversitelerinin sayısı her geçen gün

3 Nalbantoğlu, bu durumu önemli felsefecilere (Kant, Heidegger, Derrida) dayanarak açıklamaktadır. Metalaşan dünyayla kolayca bütünleşen 'hukuk' ve 'tip' alanlarının yanı sıra, 'uygulamalı' bilim alanlarının akademik hiyerarşide yükselişe geçmesi karşısında; 'felsefe'nin gerileyişinin nedenleri deneysel olarak irdelenmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Nalbantoğlu, 1994: 437-453).

4 Üniversite sanayi işbirliği, daha çok fen ve sağlık bilimleri alanında üniversitelere yüklenen sosyal bir misyon olarak gelişirken; zaman içinde sosyal ve insan bilimlerinin de bu gelişmenin dışında kalamadığı/kalamayacağı ileri sürülebilir.

5 Buradaki ticari üniversite vurgusu, çalışmanın yazarına aittir.

6 Konumlanış itibarıyla devlet üniversitelerinin kamu, vakıf üniversitelerinin ise ticari üniversiteler olarak tanımlanması uygun görülmüştür. Çünkü, ticari üniversitelerin vakıf olarak nitelendirilmesinin arkaplanında, farkında olmadan egemen ideolojinin yeniden üretimine ilişkin bir tavır içselleştirildiği düşünülmektedir.

artmaktadır.⁷ Yeni sağ politikalar sonucunda, özelleştirmeye yönelik son derece seçkin ve dışlayıcı eğitim yapısı içerisinde, üniversite eğitimi alamayan kesimlere bu hizmetin götürülmesini olumlu karşılamakla birlikte; bunu yaparken çok önemli iki unsur olan altyapı ve yetişmiş akademik kadro sorununu çözmeden üniversite sayılarının çoğaltılması uygulamada olumsuz bir tabloya yol açmaktadır.

Bilinçli bir politika olarak kamu harcamalarının kısıldığı bir dönemde, hiçbir altyapısı olmayan kamu üniversitelerinin açılması, gerek bu donanımsız üniversitelere giden öğrencilerin olumsuz etkilenmesine gerekse bu üniversitelerde istihdam edilen öğretim elemanlarının, kendilerini geliştirme/eğitme olanaklarının sınırlılıkları, toplumsal anlamda büyük kayıplara neden olmaktadır (Ercan, 1999: 82-83).

1990'lı yıllarda, ticari üniversitelerin kuruluş sayısında büyük artışlar olmuştur. Hiçbir denetimin olmadığı bu ticari okulları, üniversite sınavında gerekli başarıyı gösteremeyen, ancak ticari üniversitenin belirlediği eğitim fiyatlarını ödemediği başarılı olan öğrenciler tercih etmeye başlamıştır. Ticari üniversitelerin, sadece ekonomik durumu iyi olanlara diploma ile birlikte öğrenciyeye daha iyi bir geleceği pazarlaması, adalet ve eşitliğin, sadece günümüzde değil gelecekte de ortadan kalkmasına neden olacak bir durumu doğurmuştur.

Kamu üniversitelerinin vakıf üniversiteleri aracılığıyla zayıflatıldığını, yüksek öğretimin böylece özel/ticari sektörün eline bırakıldığını belirten Çetin Yetkin ve Ümit Atabek (15.09.2006: 2), vakıf/ticari üniversitelere ilişkin şu vurgularda bulunmaktadır:

"Vakıf üniversiteleri, sermaye çevrelerinin üniversiteleridir. Bu üniversiteler aracılığıyla ve sayılarının artmasına koşut olarak, sermaye çevreleri devlet üniversitelerini de denetim ve yönetimleri altına almak sürecine girmiştir. Vakıf üniversitelerinde bilimsel özgürlük yoktur ya da vakıf başkanının gönlüne göredir... Vakıf üniversiteleri kazanç amacına yöneliktirler. Kimi işadamlarının salt bilim aşkıyla üniversite kurduklarını sanmak safdilliktir...Anayasanın 130/3. maddesi, 'üniversitelerin ülke sathına dengeli bir biçimde yayılması'nı öngörmesine karşın, vakıf üniversitelerinin yalnızca üç büyük kentte⁸ toplanmış olması, amaçlarının bilim açısından çok, kazanç sağlamaya elverişli ortama seçmekte olduklarının bir başka kanıtıdır. En önemlisi ise, vakıf üniversiteleri, yüksek öğrenim görmekte hak eşitliğini ortadan kaldırmakta, yalnızca mali durumu iyi olanlara, belirtilen nitelikte de olsa, üniversitede okumak hakkını tanımaktadırlar" (Yetkin ve Atabek, 15.09.2006: 2).

Neo-liberal düşüncülere⁹ göre, eğer eğitim, birey için daha sonra kazanılacak ek kazanç anlamına geliyorsa, bu kazancın maliyetinin karşılanması gerekmektedir. Yapısal uyum politikaları sonucunda gelinecek nokta itibarıyla eğitim, ekonomik değişkenler içinde tanımlandığı ölçüde bir hak olmaktan

7 On beş yeni üniversitenin kurulmasına ilişkin kanunun 1. maddesi, Cumhurbaşkanı Necdet Sezer tarafından 2006 yılının başlarında veto edilmesine (eşdeyişle, Cumhurbaşkanı'nın bu yeni üniversitelerin rektörlerini Yüksek Öğretim Kurulu'nun atamasını istemesine) rağmen, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) hükümeti yaklaşan genel seçimler öncesinde, siyasal rant elde etme amacıyla çevredeki bu üniversitelerin kurulmasında başarılı olmuştur. Bugün itibarıyla, gerekli altyapı ve yetişmiş öğretim kadrosunun eksikliğine rağmen Türkiye'nin her ilinde bir üniversite kurulması projesi AKP hükümeti tarafından hayata geçirilmiştir.

8 "Türkiye'de 1984 yılından itibaren kurulan vakıf üniversitelerinin yarıdan fazlası İstanbul'dadır. Kalanlar ise, Ankara ve İzmir'dedir" (Yetkin ve Atabek, 15.09.2006: 2). Bununla birlikte, Türkiye'de merkezin yanı sıra, çevre olarak tanımlanan birçok Anadolu kentinde de vakıf/ticari üniversiteler(i) açılmış ve halen açılmaktadır.

9 Bu konuda neo-liberal düşüncülerini çok net bir şekilde dile getiren Coşkun Can Aktan'a göre, "Her alanda olduğu gibi, eğitimde de rekabetçi bir piyasa oluşturulması kaçınılmazdır. Eğitimin, artık bir özel mal olduğu, piyasada alınıp satılabilecek bir tür mal olduğu kabul edilmelidir" (Aktaran Ercan, 1999: 65). Burada, devletin eğitim hizmetinden hızla vazgeçmesi, daha da önemlisi eğitim hizmetlerinin piyasa koşullarında arz ve talebi için gerekli çerçeveyi oluşturması önerilmektedir. Böylece genel olarak yaratılan toplumsal zenginliğin paylaşımının, artarak eşitsizleştiği bu toplumsal yeniden yapılanmada, eğitim hakkının kullanılmasında daha da eşitsiz bir özellik kazanmıştır. Kullanıcı ücretleri (harçlar) ve diğer eğitime ilişkin harcamaların özelleştirilmesi, eğitimin maliyetini artırdığı ölçüde, eğitim talebini olumsuz yönde etkilemiştir (Ercan, 1999: 65-66).

çıkarılmış ve “eğitimde fırsat eşitliği” ilkesi göz ardı edilmiştir. Bir anlamda, sözü edilen “eğitimin metalaşması” sürecini Türkiye’de, doğrudan devletin kendisi başlatmıştır denilebilir. Dolayısıyla, yakın bir gelecekte kamu üniversitelerinin de, diğer kuruluşlar gibi özelleştirilmesi sürpriz bir gelişme olmayacaktır.

1.3. Üniversitelerde Toplam Kalite Yönetimi: “Öğrenci Asla Müşteri, Öğretim Elemanı da Tedarikçi Olmamalıdır..!”

Geleneksel üniversitenin ölümü, bir maddi sonlanmadan çok, bir topyekün çözülme olarak algılanmalıdır. Somut olarak ortada yok olan değil, dönüşen ve hızla evrilmekte olan bir kurum bulunmaktadır. Küreselleşmeye paralel olarak dönüşen üniversite kurumunun, onun klasik temellerinden kopuşunun meşruiyet temeli, üniversite kataloglarına ve şık panellere son yıllarda giren bir seçkinlik, kalite ve üstünlük söylemi. Buna göre, üniversite kendisini artık bilim, insan vb. bağlamlar yerine, hikmeti kendinden menkul bir seçkinlik/üstünlük ile ölçmeye başlamaktadır (Readings, 1998).

Örneğin bir ticari üniversite, “yüksek kaliteli bir eğitim ortamı”nı “yaşamla içiçe” öğretim anlayışıyla somutlaştırırken; bir diğeri, kendisini “uluslararası standartlarda, Türkiye’nin dünyaya açılan penceresi olan çok kültürlü bir topluluk” olarak tanımlamakta ve “insan mutluluğu için”, “yaşam için”, “uluslararası eğitim” verme vizyon ve misyonunu ortaya koymaktadır (Nalçaoğlu, 1999). Tabii tam da bu noktada akla gelen soru, bu hizmetin bedelinin yıllık kaç dolara/euroya mal olduğu ve bundan Türkiye’deki hangi mutlu azınlığın yararlandığı olmaktadır. Kaldı ki, diğer toplumsal sınıfların başarılı gençlerinin karşılıksız burs aracılığıyla bu üniversitelerde okumasına olanak sağlayan devletin yaptığı düzenlemeye, ticari üniversitelerin itiraz seslerini yükselttikleri de bir başka gerçekliktir (Yetkin ve Atabek, 15.09. 2006: 2).

Egemen söylemin/iktidarın üniversite eğitimdeki iyileştirme taleplerine verdiği yanıt şöyledir: “İyi olmak için pazarda rekabete girin, yani ‘dışarıya iş yapın’ ve elde edeceğiniz gelirle istediğiniz iyileştirmeyi gerçekleştirin.” Üniversite sistemine toplam kalite yönetimi¹⁰ (TKY) felsefesinin dışarıdan bu şekilde girdiğini ve kamu üniversitelerinin idareci kadrolarının önceliği haline gelerek içselleştirildiğinden söz etmek mümkündür. TKY yaklaşımının en önemli unsuru, “müşteri memnuniyeti”dir. Kalite kavramı, rekabetçi kapitalizmin bir ürünü olduğundan, bu kavramın pazarda ne kadar uyumlu olduğunu gözlemek mümkündür. Kalite standartları, farklı alım gücündeki tüketici/müşteri kitlesinin tümüne hitap eden bir hiyerarşi yaratmaktadır (Nalçaoğlu, 1999: 89).

Burada aslında, eğitimin nasıl pazarda alınıp satılan bir metaya dönüştürüldüğü ve bunun da serbest pazar ekonomisinin mantığına uygun olduğu yönünde dolaylı bir iç meşrulaştırmanın gerçekleştirildiğine vurgu yapmak gerekmektedir. Bu anlamda, “Üniversite bir fabrika, öğrenciler girdi, öğretim elemanları da tedarikçi” değildir ve olmamalıdır. Kuşkusuz bu vurgu noktasının arkaplanında, kesinlikle üniversite eğitimin kalitesinin yükseltilmesi konusunda bir karşı duruş sergilendiği anlaşılmamalıdır. Ancak, bu kalite yükseltimi, piyasa açılımları bağlamında ve onun dayattığı koşullar çerçevesinde değil; idari, mali ve yönetsel özerklik bağlamında üniversitenin kendi öz dinamikleri ve rızası sonucunda ortaya konmalıdır. Ayrıca, temel öncelik kesinlikle piyasacı kâr etme anlayışı olmamalıdır. Aksine, kalite planlamasının merkezi unsurunu, eğitim-öğretim faaliyetleri, bilimsel bilgi ve toplumsal faydayı önceleyen araştırmalar oluşturmalarıdır.

Ne var ki bugün gelinen nokta itibariyle, Türkiye’de üniversitelerin işlevi ana hatlarıyla üç alanda belirginleşmektedir: (1) Egemen ideolojinin çeşitli “bilimsel” kılıflar altında yeniden üretilmesi, (2)

¹⁰ Toplam kalite yönetimi (TKY), son yıllarda sıkça gündeme gelen bir kavramdır. TKY, müşteri tatminine odaklanan ve kaliteyi “kusur barındırmama” olarak algılayan bir örgüt felsefesidir. TKY, “en iyi ürün ve hizmetleri üretmek için şirketin işleyişindeki her unsurun sürekli olarak geliştirilmesi sürecine yönelik stratejik yaklaşım” (Hand, 1992: 26) ya da “müşterinin ihtiyaçlarını karşılamaya ve tüm örgütsel süreçleri geliştirmeye odaklanmış” (Kennedy, 1991: 39) yönetim biçimi olarak tanımlanmaktadır.

İş dünyası için gerekli nitelikli işgücünün yetiştirilmesi ve bunun yanında gerekli altyapı, teknoloji, yeni ürün araştırmalarının yapılması, (3) Üniversitenin bizatihi kendisinin bir ticari işletme haline dönüşmesi (Demir, Duran ve Orhangazi, 2000: 31).

2. Medya-Sermaye Etkileşimi Çerçevesinde İletişim Eğitimi ve Kitle İletişimi Alanında Yapılan Çalışmalar

Türkiye'de üniversitelerin piyasa mekanizması çerçevesinde firmalaşma eğilimlerine paralel olarak, kamu üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakülteleri de kendilerini bu etki alanının dışında konumlandıramamıştır.

Türkiye'de medya sektörüne vasıflı işgücü yetiştiren bir eğitim kurumu olarak görülen iletişim fakülteleri, 1990'lı yıllardan itibaren sermaye sahipleri açısından belli bir önem taşımıştır. Sözü edilen yıllar, medyada devlet tekelinin yerini özel tekelere bıraktığı bir dönemdir (Söylemez'den aktaran Adaklı, 2001). Özel tekelin medya sektöründe başat hale gelmesi iletişim fakülteleri mezunlarının aleyhine olmuştur. Ucuz işgücü olarak kullanılma, güvencesiz çalıştırılma ve işsizlik iletişim fakültelerinden mezun olanları bekleyen sorunların başındadır. Tamamıyla kâr etme amacına odaklı ticari kurumlar olarak medya, bilgi birikimine sahip iletişimcileri işe almaktansa, teknik bilgiye hâkim olan ve birçok alanda çalışabilecek kişileri işe almayı tercih etmektedir. Sermaye artık, bilgiye değil, beceri/donanıma gereksinim duymaktadır. Bu anlamda iletişim alanı düşünüldüğünde ise, medya sektörünün gereksiniminin sosyoloji, psikoloji, antropoloji, dilbilim, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, iktisat vb. disiplinlere ait bilgilerle donanmış olan işgücünü değil, teknik bilgi ve beceriye sahip olan işgücü olduğu gözlemlenmektedir (Emre ve Çakar, 2006).

Bunun yanı sıra, medya sektörünün "iş güvencesi" açısından Türkiye'de en kötü durumdaki üç iş alanından biri olması dahi, iletişim fakültelerinin sayısal artışını engelleyememiştir.¹¹ Medya sektöründe anlık krizler sonucu gerçekleşen bireysel ve kitlesel işten çıkarmalar, belli bir bölümünün asgari ücret karşılığında istihdam edilmeleri, kadroya geçirilerek maaşları yükselen iletişim mezunlarının bile her an işten çıkarılma kaygısını taşımaları medya ortamının varolan tek taraflı egemenliğini ve tekelci yapısını ortaya koyma açısından önemlidir.

Tüm bu olumsuz tabloya rağmen, iletişim fakültelerinin sayısındaki artışı üç nedene bağlayabiliriz: (1) Bu fakültelerin popüler özellikler taşımasından dolayı, bağlı oldukları üniversitelerin dışarıya açılan pencerelerini oluşturmaları, (2) 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kanununda yapılan düzenlemeyle, bünyelerinde iletişim fakülteleri bulunduran üniversitelere yerel/bölgesel çapta radyo ve televizyon yayın yapma imkânının tanınması sonucunda, üniversitelerin sanayi ile işbirliğine geçmesi yönünde iletişim fakültelerinin halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütecek kanallar olarak algılanması, (3) Üniversite kapılarında her geçen yıl sayıları artan ve üniversiteye yerleştirilmeleri gereken öğrencilerin talebini karşılamak üzere yeni üniversitelerin ve bu üniversitelere bağlı iletişim fakültelerinin açılması ve mevcut öğrenci kontenjanlarının artırılması. Görüldüğü üzere yeni iletişim fakültelerinin açılmalarının arkaplanında, popülist bir tavır ve piyasa merkezli bir anlayış yatmaktadır. Bu anlamda, iletişim fakülteleri gerek kamu gerekse ticari üniversitelerin vazgeçilmezleri arasına girmiştir.

Uzun bir süre yüksek okul statüsünde faaliyetlerini sürdüren okulların, 1992 yılında fakülteleşme aşamasında¹² sayıları sadece yedi iken (Ankara, Gazi, Anadolu, İstanbul, Marmara, Ege ve

11 Türkiye'de Şubat 2001 ekonomik krizinin sonrasında, pek çok işçi, memur ve esnafın yanı sıra, medya sektöründe 5 bine yakın insan işini kaybetmiştir. 2001 yılı içerisinde DISK tarafından yayımlanan rapor, iş güvencesi açısından madencilik ve tekstilden sonra, en kötü durumdaki üçüncü sektörün medya olduğuna işaret etmektedir (Tılıç, 2001: 147).

12 1992 yılında fakülteleşen Basın Yayın Yüksek Okulları'na bağlı Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümleri korunmuş ve halen iletişim fakülteleri çatısı altında bu bölümler eğitim faaliyetlerini sürdürmektedir.

Selçuk üniversitelerinde); bugün itibarıyla Türkiye ve KKTC'deki ticari üniversitelerdeki iletişim fakültelerini de hesaba kattığımızda, bu sayının elliye yaklaştığını söyleyebiliriz.

Tarihsel olarak gazetecilik enstitülerinden iletişim fakültelerine giden süreçte, asıl amaç sektörün gereksinimlerini gözetmek ve taleplere yanıt vermeye çalışmak olmuştur. 1950 yılında, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne bağlı Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur (Tokgöz, 2003: 14-15).

Bununla birlikte, özellikle 1960'lı yıllarda açılan bazı özel gazetecilik okullarından da söz etmek gerekir. 1966'da "İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu", 1963'de eğitimine son veren Özel Gazetecilik Okulu'nun devamı olarak açılmıştır.¹³ 1967'de Ankara'da Ekonomik ve Sosyal Faaliyetler Ticaret ve Sanayi Şirketi tarafından "Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu", 1968'de İzmir'de Mithatpaşa Özel Eğitim Kurumları İşletmeciliği tarafından "İzmir Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu" eğitime başlamıştır (Tokgöz, 2003: 16-17). Kurulan bu özel gazetecilik yüksek okulları, 1971'de ilgili yasa ile devleştirildiler. İktisadi Ticari İlimler Akademileri'ne bağlanan özel gazetecilik yüksek okulları, 1982 yılında 2547 sayılı yasa ile Yüksek Öğretim Kurulu'nun kurulmasıyla düzenlenen Ege, Gazi ve Marmara Üniversiteleri, Basın ve Yayın Yüksek Okulları'nı 1992 yılında İletişim Fakülteleri'ne dönüştürdüler (Altun, 1995: 111).

Öte yandan, üniversite, Gazeteciler Cemiyeti ve UNESCO'nun ortaklaşa çabalarının bir sonucu olarak 1965 yılında ise, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu eğitim faaliyetlerine başlamıştır. UNESCO'nun bu çabalara dahil olmasının temel nedeni, çevre ülkelerde modernleşme/kalkınma sürecini geliştiren etkinlikleri destekleme arzudur (Mutlu, 2000: 242).

İletişim eğitimi alanına ticari üniversitelerin katılımıyla, kamu üniversitelerinden emekli olarak ya da transfer olarak ticari üniversitelere geçen öğretim üyeleri, sözü edilen kurumlarda kendi ilgi alanları/uzmanlıkları paralelinde ve sektörün taleplerine yanıt verecek şekilde iletişim eğitimi programlarını şekillendirmişlerdir. 1980'lerle birlikte hayata geçirilen yeni sağ politikaların 1990'lardaki izdüşümleri iletişim eğitimi alanında da yansımalarını göstermiştir. Hem kendi uzmanlık alanlarını hem de medya sektörünün ve piyasanın önceliklerini/gereksinimlerini eğitim programlarına¹⁴ yansıtan bu başkalaşım eğilimleri, beraberinde sektörün ve uygulanan yeni sağ politikaların isteklerine yanıt verecek şekilde ders izlencelerinin şekillendirilmesine yönelik baskıda bulunmaktadır.

Kuşkusuz, pazar dinamiklerinin ve üniversiter bilimin açılımları birbirinden farklılık göstermektedir. Bu anlamda, farklı yaklaşım ve düşüncelerin özgürlükler bağlamında tartışılması önemlidir. Kuram ve uygulama ikilemi, bugün sosyal bilimlerde sıkça irdelenen konuların başında gelmektedir. Sonuca bağlanamamış bu tartışmanın önemli nedenlerinden biri uygulanan yeni sağ politikalara (uluslararası pazar dinamikleri); diğeri ise, pozitif ve uygulamalı bilimlere tanınan üstünlük/geçerlilik ve kaynak tahsisidir (Nalbantoğlu; 1994). Bu anlamda, çalışmada odaklanılan sorun itibarıyla, iletişim fakültelerindeki ders programlarının içeriği ve bu içeriği şekillendirerek dersliklere taşıyan öğretim elemanlarının ürettikleri bilimsel çalışmalarda da bir konumlanış farklılığından söz etmek mümkündür.

13 Türkiye'de ilk özel gazetecilik okulu, Müderris Fehmi Yahya tarafından 1948 yılında "İstanbul Özel Gazetecilik Okulu" ismiyle açılmıştır. Bu okul, üniversite düzeyinde eğitim vermemiş; ancak biri ortaokul üzerine üç yıllık, diğeri lise üzerine bir yıllık eğitim veren iki devreden oluşan bir programı yürütmüştür. Böylece, bu okulla gazetecilik ve matbaacılık işlerine ilişkin hazırlıklı eleman yetiştirilmesi amaçlanmıştır (İnuşur, 1999: 155-157).

14 Kamu ve ticari üniversitelere bağlı iletişim fakültelerindeki bölümlerin ders programlarında benzeşmeler gözlemlense de, her bir kurumun benimsediği tavır ve yetmişmiş eğitim kadrosunun yönelimleri doğrultusunda, kendilerine özgü eğitim programlarını yürüttükleri söylenebilir. Bu konuda, kamu ve ticari üniversitelerdeki Gazetecilik Bölümleri'nin ders programlarının karşılaştırmalı analizi için bakınız (Dağtaş, 2003).

İletişim fakülteleri, tarihsel olarak 1950 yılına gidilirse, gazetecilik okullarının kuruluşunda etkili olan medya sektöründen gelen baskıyı, bugün de üzerinde hissetmektedir. Dolayısıyla, iletişim eğitimine yönelik kuramsal ve uygulamalı dersler arasındaki dengeyi nasıl kurulacağı, sonuçlanmayacak bir tartışma olarak devam edecek gibi gözükmektedir. Eşdeyişle, öğretim elemanlarının dünyaya nasıl ve nereden baktıkları ile yakından ilişkili olan bu durum, iletişim eğitimi üzerindeki bu tartışmanın süreceğine işaret etmektedir. “Kuramsal dersler azalsın, seçicilik olsun (‘Hatta kuramsal dersler olmasa, ders programı ne kaybeder? Kuramsal derslere gerek yok, programdan kaldırılınsın...!’ türünden inşa edilen söylemler eşliğinde) ve ders programları kesinlikle piyasanın istekleri doğrultusunda oluşturulsun” diyenler olduğu gibi; “iletişim fakültelerinin işlevinin sektöre montaj hattında çalışacak ara eleman yetiştirmek olmadığını” savunan akademisyenler de bulunmaktadır (Özbek, 1992; İnal, 1996).¹⁵

İletişim eğitimi üstlenen fakülteler, meslek eğitimi mi yoksa akademik eğitim mi vermelidirler? Teknik eğitimin gerekli araç ve gereçleri olmadan (özellikle geceden sabaha hazırlıksız kurulan iletişim fakülteleri), meslek eğitimi verilebilir mi? Ayrıca bu gerekli mi? Gazete, radyo, televizyon, internet gibi teknolojik iletişim araçları esasına göre örgütlenmiş bir okul, meslek okulu olmaktan kurtulabilir mi? Dolayısıyla bu okullarda iletişim eğitimi nasıl yapılmalı ve nasıl bir öğrenci formasyonu amaçlanmalı? (Mutlu, 1992: 139-140; Özbek, 1992: 308). Eğer amaç, salt piyasanın gereklerini göz önünde bulundurarak yapılacak bir iletişim eğitimi ise, o zaman bu fakültelerin radikal bir şekilde yeniden meslek yüksek okullarına dönüştürülmesi daha anlamlı olacaktır.

Yukarıda değinilen sorularla dile getirilen kaygılar, yüksek öğrenimin esaslarıyla ilgilidir ve aslında sorgulanan üniversite eğitiminin kendisi ve hedefleridir. Öğrencilerin bile, “bu bilgiler bana yaşamda nasıl yararlı olacak” diye sorduklarında, yaşam derken dar anlamda meslek gereklerini kast ederek katıldıkları bu kaygılar, içinde yaşadığımız dönemin daha geniş bir problemine işaret etmektedir (Özbek, 1992: 309).

İletişim öğrencilerinin mezuniyetleri sonrası teknelci medya ortamında nasıl istihdam olacakları sorununu yaşamaları bir tarafa, büyük bölümü eğitimleri süresince (belki de konjonktürel olarak) dersliklerde aldıkları kuramsal dersleri somut olarak hayatta nasıl paraya tahvil edebileceklerini düşünmektedirler. Bu yüzden olsa gerek ki, çoklu iktidar yapılanmalarını sorgulayan, medya ortamını eleştiren kuramsal altyapı derslerine yönelik belli bir kayıtsızlık içerisinde oldukları gözlemlenmektedir.¹⁶

Aslında, çalışmanın ilk bölümünde vurgulanan şirketleşen/girişimci üniversite üzerinde yürütülen tartışmalar, iletişim eğitimi ve çalışmaları alanında da “iktidarı” kavramsallaştırma ve eleştirel aklı önceleme açısından yaşanmaktadır. Burada gösterilecek tavır, profesyonel dünyanın kurallarını bilmek ve ona hizmet edecek olan insan profilini yetiştirmek mi olmalıdır? Yoksa, egemen iktidarın kendisini yeniden üretmesine katkıda bulunan kapitalist medya ortamının kurallarını bilen ve onu sorgulayan, eleştiren insanların yetiştirilmesi mi olmalıdır? Kısacası, burada üzerinde anlaşılabilen nokta, piyasacı değerleri üreten teknelci medyanın isteklerinin koşulsuz benimsenmesi ve bu hegemonyanın bizzat iletişim alanındaki kimi akademisyenler tarafından yaygın bir şekilde içselleştirilmeye başlanmasıdır. Ayrıca, bu durumun, dünyaya aynı şekilde bakıp yorumlamayan diğer bilim insanları üzerinde de dolaylı bir baskı aracı konumuna dönüşmesidir. Bu anlamda, iletişim ders izlencelerinden kredili sistem çerçevesinde adım adım kuramsal içerikli dersler seçimliğe kaydırılırken; uygulamaya yönelik derslerin sayısında da niceliksel bir artışın yaşandığı gözlemlenmektedir. Kamusal (merkez ve çevre) ve ticari üniversitelerdeki iletişim fakültelerindeki gazetecilik bölümlerinin ders programları göz önünde bulundurularak yapılan

15 Bu durum saptaması, araştırmacının on yılı aşkın süredir iletişim fakültelerini gözlemlemesi, üç ayrı iletişim fakültesini yakından tanınması ve diğer akademisyenlerle yaptığı kamusal tartışma ve değerlendirmeler sonucunda şekillenmiştir.

16 Bu saptamayı destekler nitelikte, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü öğrencilerinin gazetecilik eğitiminden neler beklediklerini irdeleyen ayrıntılı bir çalışma için bkz. (Terkan ve Balcı, 2007).

bir araştırmada, uygulamaya yönelik derslerin, iletişim kuram ve kavramlarına yönelik derslere kıyasla sayı ve kredi oranları açısından nicel olarak artış gösterdiği gözlemlenmiştir (Dağtaş, 2003). Gerek kamu (İstanbul, Ankara, Ege, Gazi, Anadolu, Selçuk ve Atatürk) gerekse ticari üniversitelerden (Yeditepe, Doğu Akdeniz) örnek olarak seçilen iletişim fakültelerindeki gazetecilik bölümlerinde uygulamaya yönelik derslerin toplam sayı/kredi oranlarının, iletişim kuram ve kavramları ile farklı sosyal bilim dallarıyla gerçekleştirilen disiplinlerarasılığa yönelik derslerden nicel olarak daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.¹⁷ Oldukça yapay olarak nitelendirilebilecek kuram-uygulama ayırımının, ilerleyen yıllarda iletişim fakültelerinin ders programlarından kuramsal derslerin tamamıyla çıkarılmasına neden olabileceği de bir öngörü olarak ileri sürülebilir.

İçinde bulunduğumuz dönemde, medya kuruluşlarının üst yöneticileri (medya elitleri) kültürel sermayesi yüksek kişiler arasından seçilmektedir. Ne var ki, bu durum sektörün talepleriyle iletişim fakültelerinde verilen öğretim faaliyetleri arasında yaşanan uyumsuzluğu önleyememiştir. 1940'ların Sedat Simavi'si¹⁸ üniversiteyi gazetecilik eğitimi için zorlarken, 2001 yılında Simavi'nin kurduğu gazetenin genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök, "iletişim fakülteleri, medyaya düşman yetiştiriyor" demiştir.

Özkök'ün "düşman yetiştiriyorlar" sözü, sektörün iletişim fakültesi mezunlarından memnun olmadığını bir ifadesi ise, iletişim daha özelden gazetecilik öğrencilerinin eğitimini gördükleri mesleğe sırtlarını çevirmeleri ve 2000'ler Türkiye'sinde medyanın yüzde 17'lik güvenilirlik oranıyla en az güvenilir kurumlar arasında sayılması da halkın mevcut medya pratiklerinden memnun olmadığını pek doğal bir ifadesi olarak yorumlanabilir (Tılıç, 2001: 101).

Akademisyenlik geçmişi olan ve iletişim bilimleri alanında Fransa'da doktorasını alan, doçentliğe kadar yükselen Ertuğrul Özkök'ün, Hürriyet gazetesi genel yayın yönetmenliğine yükseldiği 22 Nisan 1990 yılından bu yana göstermiş olduğu değişim, aslında, Türkiye'de yaşanan liberalleşme sürecinin bir insan özelinde somutlaşmış hali olarak değerlendirilebilir. Özkök, gazeteciliği, bir "sanayi" olarak tanımlamaktadır. Herhangi bir fabrikası ya da şirketi olmadığı halde TÜSİAD üyesi olan Özkök'ün¹⁹ bu anlayışı benimsemiş olmasında aslında herhangi bir gariplik yoktur. Çünkü bu bakış açısı, Özkök'ün kendisini "nereden ve nasıl" tanımladığıyla yakından ilişkilidir. Özkök'ün genel yayın yönetmeni olarak sergilediği performans dikkate alındığında, bir "iletişim bilimleri doçenti" olarak medya hakkında sahip olduğu akademik bilgi ve etik anlayışını uygulamaya geçir(e)mediğini ortaya koymaktadır. Tam da bu noktada, sahip olduğu toplumsal birikimi kamu yararına kullanmayı tercih etmeyen Özkök'ün fikirlerinde önemli değişimler yaşanmıştır denilebilir. Özkök'ün gazetecilik hayatı süresince kaleme aldığı köşe yazılarında, bu değişimin izleri gözlemlenmektedir.²⁰ Bu bağlamda, "iletişim fakültelerinin, medyaya düşman yetiştiriyor" tespitinin dünyaya nereden ve nasıl bakıldığıyla ilgili sarfedilmiş bir düşünce olduğunun ve bu söylemin ayrıca toplumsal ve tarihsel bütünlük içerisinde değerlendirilmesi gerektiğinin altı

17 Bu konudaki nicel verilere ilişkin daha ayrıntılı bilgi için bkz. (Dağtaş, 2003).

18 1947 yılında İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Başkanlığı'nı yürüten Sedat Simavi, İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü'ne bir mektup yazarak, üniversitede gazetecilik eğitimi yapmanın zorunlu hale geldiğini belirtir. Bu mektup, Türkiye'deki gazetecilik eğitimine duyulan gereksinimin bizzat sektörden geldiğinin en önemli kanıtıdır. Simavi'ye göre, gazetecilik eğitiminin ders programlarında hem kuramsal hem de uygulamaya yönelik dersler bulunmalıydı (Gürkan ve İrvan, 2000: 354).

19 Halen Hürriyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni ve Doğan Holding İcra Kurulu Başkanı olan Ertuğrul Özkök, Hürriyet'in yanı sıra, Doğan Yayıncılık bünyesinde bulunan 25 dergi, 4 radyo istasyonu ve 2 internet şirketinin başında bulunmaktadır. TÜSİAD üyesi de olan Özkök, Türkiye'nin en güçlü otuz kişisi listesinde ön sıralarda yer almaktadır (Hürriyet İnsan Kaynakları İlaresi, 7 Ekim 2003).

20 Özkök'ün düşüncelerinde yaşanan bu kırılmaları, yayınladığı kitapların analizinden ve Hürriyet gazetesi genel yayın yönetmenliğine getirildiği 22 Mart 1990 yılından sonra gerçekleşen aktif politika dönemlerinde (1991, 1995, 1999 ve 2002 milletvekili genel seçimleri öncesi ile 28 Şubat süreci sonrasında) yazdığı köşe yazılarından yola çıkarak yapılan ayrıntılı bir değerlendirme için bkz. (Dağtaş ve Yıldızgözü, 2008: 213-267). Ayrıca, yakın zamanda Özkök ile yapılan derinlemesine görüşme için bkz. (Adaklı, 2006: 390-406).

çizilmesi gerekmektedir.

Kaldı ki, medya ortamındaki çapraz tekelleşme, bugün Türkiye’de yerel/bölgesel, alternatif ya da karşı/muhafazatçı medyanın gelişmesini engellerken, birden çok gazete ve en az bir televizyon kuruluşunu ellerinde bulunduran medya holdingleri, izleyici sayılarını arttırmak amacıyla daha nitelikli bir habercilik ve kamusal yayıncılık anlayışını benimsemek yerine, büyük paralarla transfer edilen “popüler” gazetecilerle ve promosyonlar aracılığıyla ticari yayınlarını sürdürmektedir.

Bu anlamda eğitim kurumlarından her yıl alana daha büyük sayıda sunulan işgücü, ücretlerin düşük tutulmasını, her an işten çıkarılma tehdidini genç iletişimcilerin kaderi haline getirmektedir. İletişim eğitimi alanında lise dengi teknik okulların ve özel kurs programlarının genişletilip yaygınlaştırılmasına yönelik anlayış ise, asgari ücretle çalışabilecek, biraz bilgili, biraz uzman ancak montaj hattındaki akışa daha az karşı çıkacak gençleri endüstrinin hizmetine sunarken, özgürleşimci, demokratik idealleri neredeyse bütünüyle göz ardı etmiş görülmektedir (İnal, 1996: 207; Tekinalp, 2000: 466).

Türkiye gerçekliklerine ilişkin vurgulanan bu noktalar, akademik nosyonu irdeleme, daha özelden üniversite sanayi ilişkisini tartışma açısından konunun çok boyutlu olduğunu ortaya koymaktadır. Çünkü, birbirinden ayrı tutamayacağımız bu dinamikler o ülkedeki eğitim sisteminin kalitesini, akademik kadronun verimliliğini ve eğitime verilen önemi belirler.

Bilimsel bilginin sadece teknolojik gelişmenin kaynağı olarak değil, kültürün yaratıcı kaynaklarından biri olarak tasarlandığı modern projede, üniversite eğitiminin birincil amacı “eleştirel bilgi” geliştirmek olarak görülmekteydi. Üniversitelerin gelişiminin dar siyasal amaçlarla planlandığı, üniversite ve öğrenci sayılarıyla ölçüldüğü, sosyal bilimlerin budanmasıyla orantılı görüldüğü, “iş bitirici” olmayan üniversite mezunlarının işsizlikle ödüllendirildiği 1980’ler sonrası Türkiye’de; iletişim gibi genel eğilimi piyasanın ve “çağ atlama”nın gereklerine bağlanabilecek bir eğitim ile üniversite mantığının boşaltılması doğaldır. Küresel olarak yeni bilgi teknolojilerindeki gelişme ve Türkiye’de 1980’ler sonrası iletişim sektöründeki, sonradan ticari radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla da desteklenen patlama, bu yönde piyasanın teknik personel ve meslek adamı taleplerini hızla arttırmış durumdadır (Özbek, 1992: 309).

Dolayısıyla, iletişim eğitimi üzerine düşünmeye, üniversite eğitiminin hedeflerine yönelik şu temel soruyla başlamak uygun görünmektedir. Üniversiteler içinde yer aldıkları toplumun yeniden üretiminde işlevsel olan, eşdeğerle piyasanın taleplerini karşılayan mesleki bilgi ve becerileri üretmek ve aktarmakla sınırlı kalabilir mi? Bu sorunun yanıtının olumsuz olduğu ve üniversite eğitiminin meslek eğitiminden öte hedeflere sahip olması, bunun da iletişim dahil her eğitim alanı açısından geçerli olması gerektiği açıktır.

Jürgen Habermas’a (1992: 1-4) dayanarak, üniversitelerin “...teknolojik kullanıma elverişli bilgi üretme ve aktarmanın ötesine uzanan, ...üç görevden hiçbir şartta” kaçınmayacağını söyleyebiliriz. Bunlar, (1) Yazılı olmayan mesleki standart erdemlerini geliştirmek, (2) Öğrencilerin ve genel kamunun kendini anlamasını da sağlayacak olan toplumun kültürel geleneğini aktarmak, yorumlamak ve geliştirmek, (3) Öğrencilerin politik aydınlanmasını sağlamak.

İletişim eğitimine doğrudan etkisi olan önemli unsurlardan biri de, bilim insanlarının alanlarında yaptıkları çalışmalarıdır. Çünkü alandaki araştırmaların eğilimi, bilim insanlarının yükselen piyasa değerlerinin ve devletin ideolojik aygıtlarının etki alanında/baskısında ne denli kaldığı ya da kalmadığıyla yakından ilişkilidir. Ancak, piyasa değerleri ve bu değerleri üreten ideolojik aygıtlarla aradaki mesafe korunduğu ölçüde üretilen bilgi, toplumsal iyiliğine ve dersliklerde öğrencilerin gelişimine katkıda bulunacaktır. Dolayısıyla burada önemli olan hiç kuşkusuz, iletişim alanındaki araştırmacıların kendilerini çevreleyen piyasa mekanizmasının ve devletin ideolojik aygıtlarının

olabildiğince dışına çıkararak üretimlerini gerçekleştirmeleridir.

Türkiye'de bugün itibarıyla, iletişim eğitimi veren kurumlardaki akademik kadrolar arasında, iletişimi bir disiplin olarak kabul edip/etmeme noktasında farklı argümanlar bulunmakta ve bu kimlik tartışması halen devam etmektedir. İletişimin bir uzmanlık dalı olarak sahip olduğu bölümlerin (Gazetecilik, Radyo Televizyon ve Sinema ve Halkla İlişkiler Tanıtım) yanı sıra, bir de alt anabilim dalları olarak ayrılması yönündeki eğilimlerin, iletişim alanında gerçekleştirilecek bütün araştırmalar (başta yüksek lisans ve doktora tezleri) üzerinde daraltıcı ve yoksunlaştırıcı bir etkiye bulunacağından söz edilebilir (İnal, 1996: 206).

Oysa ki, iletişimin, disiplinlerarası bir alan olarak kabul edilerek, sosyal ve insan bilimlerinden beslenmesi, bu alanda yapılacak araştırmalara önemli katkılar sağlayacaktır. Aralarına kalın duvarlar örülen disiplinler arasına köprüler kurulmaya çalışıldığı günümüzde, Türkiye'de bu alanda yapılacak bilimsel çalışmalar ve verilecek eğitim, disiplinlerarası bir bilgi akışını sağladığı ölçüde daha zenginleşecek ve kurumsallaşma yönünde yol alacaktır (İnal, 1996).

İletişim alanında yapılan bilimsel çalışmalar, dayanan epistemolojik ve metodolojik yaklaşımlar açısından iki ayrı paradigma başlığı altında değerlendirilmektedir. Liberal/ana akım ve eleştirel olarak nitelendirilen bu iki paradigmanın analiz nesnesini her ne kadar "medya" oluştursa da; medya ortamını sorunsallaştırma, algılama, değerlendirme/yorumlama ve ayrıca yoğunlaştıkları konular bakımından bu yaklaşımlar farklılaşmaktadır. Çünkü, bu yaklaşımların "kültür endüstrisini" nasıl analiz ettikleri konusunda, arkaplanlarındaki bilimsel bilgi birikimine ait referans noktaları belirleyici olmaktadır.

Türkiye'de iletişim üzerine yapılan araştırmaların kaynağını, evrensellik ve yerellik ekseninde gelişen iki boyut oluşturmaktadır. Evrensellikten kasıt, gelişmiş ve hatta kimilerine göre sanayi ötesi ya da post-modern dönemi yaşamakta olan coğrafyada sosyal bilimler ve insan bilimleri alanında gelişen epistemolojik ve metodolojik birikimin, Türkiye'deki çalışmalara çeviri yoluyla aktarılıp, yerel boyuttaki araştırmalara uyarlanması/yorumlanması anlamına gelmektedir. Bu anlamda, Batı'da üretilen bilgi birikiminin iktidarının, yapılan çalışmalar üzerinde belirleyici olduğu söylenebilir. Genel olarak, Türkiye'deki iletişim araştırmalarında, çeviri yoluyla aktarılan bilimsel bilginin, Türkiye'deki örnek olaylara uygulanmasıyla elde edilen bulgular değerlendirilerek bir sonuca ulaşılmaya çalışılmaktadır. Bilginin evrensel kullanıma açık olduğu ve kültürler arası paylaşılması gerçekliği bir tarafa; yapılan araştırmaların büyük bölümünde, Batı'daki bilgi birikiminin iktidar/egemenlik kurduğundan söz etmek yanlış olmayacaktır.²¹

Burada kuşkusuz önemli olan Batı'da üretilen bilginin, Türkiye'deki bilimsel çalışmalara aktarılırken nasıl bir etkileşim/hesaplaşma içerisine girilerek yorumlandığıdır. Bu da, iletişim çalışmalarının yerel boyutuyla/özellikle ilişkili bir sorunsaldır. Çok kapsamlı bir çalışmayı gerektiren bu konu, aslında tüm sosyal bilimlerin yaşadığı bir sorun olarak nitelendirilebilir.

İletişim alanına yeniden dönersek, liberal paradigmaya bağlı olarak yürütülen çalışmaların kendi mantık dizgeleri içerisinde alana önemli katkılar sağladığı düşünülse de; dünyadaki ve Türkiye'deki medya ortamını toplumsal ve tarihsel açıdan değerlendirme konusunda her zaman için derinlikli analizler ortaya koyduğunu söyleyebilmek zordur. Bu çalışmalarda, varolan medya ortamını ve toplumsal sistemi sorunsallaştırma/sorgulama yönünde herhangi bir kaygıya rastlanılmamaktadır.²²

21 Dolayısıyla, yapılan bilimsel çalışmaların "kaynakça" kısmına bakılarak, araştırmacının Batı dünyasındaki gelişmelerden ne kadar haberdar olduğu üzerine bir ölçme değerlendirme yapılmaktadır. Bu durum, başta yüksek lisans ve doktora tezleri olmak üzere, yapılacak her türlü bilimsel yayında aranan bir önkoşul olarak araştırmacıların karşısına çıkmaktadır.

22 Özellikle reklam ve halkla ilişkiler alanında yürütülen bilimsel çalışmalarda genellemeye varmak mümkün olmasa da, büyük bölümünde bu eğilim hâkim durumdadır. Son yıllarda, reklam ya da reklamlarla bağlantılı olarak tüketim kültürü ve yaşam tarzları konusunda eleştirel çalışmaların artışı ise sevindirici bir gelişme olarak gözlemlenmektedir.

Engin Sarı ve Tuba Kanlı'nın (2005) ortaklaşa gerçekleştirdikleri araştırmada, Türkiye'de iletişim alanındaki doktora tezlerinde kullanılan yöntemlerde içerik çözümlerinin ağırlıklı olduğu belirtilirken, eleştirel çözümlerinin azlığına dikkat çekilmektedir. Üretim süreçlerine, kanala odaklanan çalışmalar, kuramsal incelemeler ve medya alanındaki etik ve mesleki sorunlar üzerine yapılmış doktora çalışması yok denecek kadar azdır. TÜBİTAK'ın üniversite-sanayi işbirliği projesinin bir parçası olarak hazırlanan raporda lisansüstü çalışmaların salt akademik derece amacına bağlı olmaktan çıkartılması, büyük ölçüde sanayi ile işbirliğinin gereksinimlerine yöneltilmesi ve lisansüstü araştırma konularının sanayinin gündeminde bulunan konular arasından seçilmesi önerilmektedir (Özügür, 1998: 59).

İletişim çalışmalarında, özellikle 1990'lı yıllardan sonra, piyasa yönelimli bir damarın oluştuğu söylenebilir. Engin Sarı'nın (2005) iletişim fakültelerinde yayımlanan dergiler hakkındaki çalışması bu konuda fikir yürütebilmemize olanak sağlamaktadır. Sarı'nın çalışmasına göre ilk derginin yayımlanmaya başladığı tarihten 2005 yılına kadar yayımlanan makalelerin konuları en çok gazetecilik ve sinema alanlarında yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte, dikkat çekici olan 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren hakla ilişkiler ve reklam konularında yapılan çalışmaların sayısındaki hızlı artıştır.

Kuşkusuz bu sayısal artış, tek başına Türkiye'deki iletişim çalışmalarının temel eğilimi hakkında bir şey söyleyemez. Bunun için yayımlanan makalelerin niteliksel olarak da çözümlenmesine ihtiyaç vardır. İletişim alanında yapılan piyasa yönelimli çalışmalar yeni düşünce ve sorular üretmekten çok, piyasanın sorunlarına yanıt arar niteliktedir. Bu durum, bilimsel etkinliğin soru sormayan, düşündürmeyen, toplumsal yaşama katkı sağlamayan bir teknik etkinlik olarak gerçekleştirilmesine neden olmaktadır (Emre ve Çakar, 2006).

İletişim fakültelerine bağlı yukarıda sözü edilen üç ana bilim dalında liberal paradigma çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalarda (genellemeden olabildiğince kaçınılarak) kullanılan yöntemler, bir anlamda çalışmanın kendisine dönüşmektedir. Eşdeyişle, bilimsel araştırma için kullanılan araçlar, bilimsel etkinliğin yerini almaktadır. Örneğin, medya içerikleri üzerinde gerçekleştirilen içerik çözümlenmesi ya da izlerlikle üzerine yapılan bir anket çalışmasının niceliksel sonuçları, toplumsal ve tarihsel bağlamına oturtulmadan bilimsel çalışmanın kendisi gibi sunulma yoluna gidilmektedir. Bu da çoğu zaman, mekanik, indirgemeci, piyasa yönelimli ve toplumsal bağlamına oturtulmayan çalışmaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.²³

Eleştirel paradigma içerisinde kendilerini konumlandıran medyanın içerik, alımlama ve sahiplik/mülkiyet yapısı üzerinde yoğunlaşan çalışmalar ise, bütünlüklü bir analizi iletişim alanına taşıdıkları için ayrıksı durmaktadır. Eleştirel paradigmanın iletişim alanındaki araştırmalara zenginlik kazandıran bu yaklaşımları kendi aralarında eleştirel ekonomi politik, yapısalcı ve kültürel çalışmalar olarak farklılaşmaktadır. Sosyal ve insan bilimleri alanındaki diğer araştırmacıların da yararlandığı bu neo-Marksist yaklaşımlar, iktidar ve ideoloji kavramlarını dayandıkları kuramsal perspektifler neticesinde farklı şekillerde kavramsallaştırsalar da, medya çözümlerine ilişkin sergiledikleri eleştirel tutumdan dolayı, son zamanlarda iletişim araştırmalarına damgasını vurmaya başlamıştır.²⁴

Özetle, iletişim çalışmalarında yapılması gereken, insanın yeniden üretiminin temel bir parçası

23 Türkiye'de 1980-2003 yılları arasındaki dönem kapsayan haber ve habercilik çalışmalarının genel bir değerlendirmesini yüksek lisans ve doktora tezleri, bilimsel makaleler ve kitaplar üzerinden eleştirel tarzda gerçekleştiren kapsamlı bir çalışma için bkz. (Dursun, 2004: 89-147).

24 İletişim alanında yapılan araştırmaların niceliksel ve niteliksel analizini ortaya koyacak bir araştırma, uzun soluklu ve geniş oylumlu bir çalışmayı zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla, burada yapılan tespitler, alandan birinin bugüne kadar sürdürdüğü gözlem ve değerlendirmeler sonucunda şekillenmiştir.

haline getirilmiş olan medya içeriklerini ve bu içeriklerin tüketim/alımlama noktasını da ihmal etmeden, varolan toplumsal ve sınıfsal ilişkilerin yeniden üretiminde, medyanın kapitalist sınıf/ iktidar seçkinleri için ne gibi bir işlev yerine getirdiğinin bir bütünlük içerisinde incelenmesidir. Bu da ancak, eleştirel ekonomi politik bir bütünlükle yapılabilir. Çünkü, ekonominin ve siyaset birbirinden ayrılamaz. Sınıflı toplumlarda üretim, bölüşüm ve dağıtım, devletin ve bu bölüşümü meşrulaştıran egemen sınıfın denetimindeki ideolojik aygıtların varlığında gerçekleştirilir. Bu yüzden, devletin ve ideolojik olanın varlığının, üretim biçimine ve mülkiyet ilişkilerine bağlı olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. Ancak bu yapıldığı takdirde, iletişim çalışmalarının toplumsal değişime bir katkı yapması beklenebilir. Kendi ürettiği toplumsal zenginlikten dışlanmış, giderek büyüyen çokluktaki kitleler, medya mesajlarını doğal olarak farklı şekillerde yorumlamaktadır. Oysaki, sorun, medyayı ve dünyayı kitlelerin lehine toplumsal ve toplumcu bir biçimde dönüştürmektir. Bu anlamda, kültürel çalışmalar ve ekonomi politik yaklaşım aynı paradigmanın farklı ve rekabet halindeki perspektiflerini oluştursa da, birbirleriyle etkileşimleri sonucunda bütünlüklü analizleri ortaya koyabileceğinden söz edilebilir. Bununla birlikte, liberal iletişim çalışmaları da "toplumsal"ı merkeze çektiği sürece alana yaptığı/yapacağı katkıları daha anlamlı kılacaktır.

Sonuç

İçinde bulunulan dönem itibarıyla, üniversitelerin amaçlarının başında, sermayenin kârlılığını koruyabilmesi ve kendini yeniden üretebilmesi için gerekli olan yeni teknolojik ürünlerin bulunması/ geliştirilmesi gelmektedir. Bir anlamda, üniversiteler, büyük firmaların Ar-Ge departmanı olarak işlev görmeye başlamıştır. Ayrıca, ihtiyaç duyulan nitelikli işgücünün üretilmesi işlevini de üniversiteler üstlenmektedir. Bilimsel üretim, sermayenin kâr edebilme ve kendini yeniden üretebilme ihtiyacının hegemonyası altındadır (Demirer, Duran ve Orhangazi, 2000: 53).

Bununla birlikte, üniversiteler, yeni sağ politikaların etkisiyle toplumsal fayda anlayışına göre değil, sadece kâr-zarar bilançolarına dayalı olarak yürütülen şirketler durumuna dönüştürülmek istenmektedir. İşletme mantığına ve kâr/zarar analizine dayalı olarak düzenlenmeye ve yönetilmeye başlanan üniversitelerde, "bilimsel eğitim"ın kendisi de, doğrudan kâr için üretilen, alınan satılan bir meta haline getirilmiştir.

Türkiye'de üniversiteler bir yandan, küreselleşmenin ve liberal politikaların dayattığı kimliksizleştirme; diğer yandan da, sermayenin üniversiteye giydirmeye çalıştığı pazar mantığının tehdidi altında yaşam savaşı vermektedir. Dünya düzlemindeki bu erozyondan payını alan Türkiye üniversitelerinde, üniversite kurumunun temelinde yatan burjuva ideallere ulaşmak bile bir hayale dönüşmektedir. Zeminini yitirmekte olan ya da Fikret Başkaya'nın (1995) ifadesiyle "iflas eden paradigma" ise, daha fazla baskılarla üniversiteleri kontrol altında tutmaya çalışmaktadır (Demirer, Duran ve Orhangazi, 2000: 54).

Bu olumsuz koşullar altında dahi üniversiteler, hâlâ önemli bir potansiyeli ve umudu içinde barındırmaya devam etmektedir. Öğretim elemanı örgütlenmeleriyle, çağdışı yönetsel uygulamalarla elleri kolları bağlı olmasına karşın bilim insanları daha fazla direnmek zorundadır. Gelinek noktada yapılması gereken ilk şey, üniversitelerin yeniden kimlik kazanma mücadelesine girişmesi, iktidarın hegemonyasını içselleştiren bir kurum olma konumundan sıyrılmasıdır. Bu bedeli ağır olan mücadele kazanıldığında, üniversiteler ürettiği bilgi ve teknoloji sistemiyle toplumu yönlendirebilen, saygın kurum statüsüne yeniden ulaşacaktır.

İletişim eğitimi ve çalışmalarına ilişkin olarak da özet olarak şunları söyleyebilmek mümkündür: Piyasanın ucuz işgücü gereksinimini karşılama adına iletişim mezunlarının istihdamı sorunu bir tarafa, popülist bir yaklaşımla "her üniversiteye bir iletişim fakültesi" adı altında bugün itibarıyla elliye yaklaşan iletişim fakültelerinin sayısı, il yapılan kentlerin ve beraberinde açılan yeni

üniversitelerin sayısı ile doğru orantılı olarak artmaktadır.

Diğer yandan, iletişim eğitiminde kuram/uygulama ikircikliği aşılmalı ve birbiriyle uzlaşmayacak gibi algılanan bu ikilik ders programlarında üniversiter anlayıştan ödün vermeden sonlandırılmalıdır. Sonuçta, ders programlarını belirleyecek yine iletişim fakültelerinin kendileridir. Kuram/uygulama ayrılığını fetişleştirme noktasına getirilmeden, kuramın bizatihi kendisinin pratik olduğu anlayışı unutulmamalıdır. İletişim çalışmaları alanında da, ardalın olarak eleştirel yaklaşımları önceleyen araştırmaların artışı ve liberal çalışmalarla etkileşimleri doğrultusunda “toplumsal”ın anlaşılması ve dönüştürülmesinde çok büyük katkılar sağlayacaktır.

Son söz olarak, evrensel ile yerelin karmaşık bütünlüğünü kavrayabilen ve her iki kutbu da aynı anda sorgulayabilen düşüncenin yükselen değer haline getirilmesi önemlidir. “Profesyonel dünya ile kaçınılmaz olarak yüzleşmek durumunda olan üniversite ne kendisini bu dünyanın kurallarıyla bu dünyanın ortasına fırlatabilir, ne de bu dünya için profesyonel yetiştirmekten vazgeçebilir” (Nalçaoğlu, 1999: 94). Ancak, üzerinde hiç tartışılmayacak bir konu ise, üniversite eğitiminin akademik bir eğitimi olduğudur. Üniversite eğitimi, zanaat öğretmez. Üniversitede öğretilen her türlü uygulama/pratik, kuramsal bakış açılarının süzgecinden geçmeli ve onlarla bütünleşmelidir.

Kaynakça

- Adaklı, Gülseren (2001). “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”. Medya Politikaları: Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Dinamikleri. D. Beybin Kejanlıoğlu vd. (der.) içinde. Ankara: İmge Yayınevi: 145-203.
- Adaklı, Gülseren (2006). Türkiye’de Medya Endüstrisi. Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Altun, Abdülrezak (1995). Türkiye’de Gazetecilik ve Gazeteciler. Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları.
- Arslan, Hüsamettin (1999). “Bilim, Bilimsel Bilgi ve İktidar”. Doğu-Batı. Sayı: 7 (Mayıs-Haziran-Temmuz): 55-79.
- Başkaya, Fikret (1995). Paradigmanın İflası. İstanbul: Doz Yayınları.
- Dağtaş, Erdal (2003). “Gazetecilik Eğitiminde Kuram ve Uygulama İkilemi: Türkiye’deki İletişim Fakülteleri Üzerine Bir Araştırma”. İletişim. Bahar (17): 143-200.
- Dağtaş, Erdal ve Yıldızgörü, Mehmet (2008). “Sembolik Bir Seçkin Olarak Ertuğrul Özkök’ün Düşüncelerindeki Kırılmaların Dönemin Popüler Kültürü Çerçevesinde Değerlendirilmesi”. Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji. Levent Yaylagül ve Nilüfer Korkmaz. (der.) içinde. Ankara: Dipnot Yayınevi: 213-267.
- Demir, Yücel, Duran, Metin ve Orhangazi, Özgür (2000). Ateş Altındaki Üniversite. Ankara: Özgür Üniversite Defterleri-5.
- Dursun, Çiler (2004). “Türkiye’de Haber ve Habercilik Çalışmalarının Genel Bir Değerlendirmesi: 1980-2003”. Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi. Çiler Dursun. (der.) içinde. Ankara: Elips Kitap: 89-147.
- Emre, Kumru Berfin ve Çakar, Yasemin Özgün (2006). “Eğitime Neo-Liberal Politikalar: Türkiye’de İletişim Fakültelerinin Dönüşümü”. (Yayımlanmamış Bildiri). Karaburun Bilim Kongresi. (“Bilim ve İktidar”), Karaburun İzmir, 8-10 Eylül.
- Ercan, Fuat (1999). “Neo-Liberal Eğitim Ekonomisi: Eleştirel Bir Çerçeve Denemesi”. Eğitim: Ne İçin? Üniversite: Nasıl? YÖK Nereye? Faruk Alpkaya, Temel Demirer, Fuat Ercan vd. (der.) içinde. Ankara: Ütopya Yayınları: 49-94.

Gürkan, Nilgün ve İrvan, Süleyman (2000). "İletişim Eğitiminde Nereden Nereye".

I. İletişim Kongresi Bildiri Kitapçığı: 354-365.

Habermas, Jürgen (1992). Rasyonel Bir Topluma Doğru-Öğrenci Protestosu, Bilim ve Siyaset. Çev., Ahmet Çiğdem-Mehmet Küçük. Ankara: Vadi Yayınları.

Hand, Max (1992). "Total Quality Management-One God But Many Prophets". Quality Management Handbook. Max Hand ve Brian Plowman. (der.) içinde. Oxford: Butterworth Heinemann: 26-46.

Hürriyet İnsan Kaynakları İlavesi, 7 Ekim 2003.

İnal, Ayşe (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınevi.

İnuğur, Nuri (1999). Türk Basınında İz Bırakanlar. İkinci Baskı. İstanbul: Der Yayınları.

Kennedy, Larry W. (1991). Quality Management in the Nonprofit World: Combining Compassion and Performance to Meet Client Needs and Improve Finances. San Francisco: Jossey-Bass.

Kılıçbay, Mehmet Ali (1999). "Hayalimdeki Üniversite". Düşünen Siyaset. 1 (2): 17-20.

Mutlu, Erol (1992). "Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'deki Basın-Yayın Eğitimi". Yıllık 1991-92: 119-142.

Mutlu, Erol (2000). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi". İletişim. Sayı: 8/Kış: 235-280.

Nalbantoğlu, Hasan Ünal (1994). "Modern Çağda Üniversites Kavramına Ne Oldu?" Kent, Planlama, Politika, Sanat: Tarık Okyay Anısına Yazılar. İlhan Tekeli (der.) içinde. İkinci Kitap. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayını: 437-453.

Nalçaoğlu, Halil (1999). "Türkiye'nin Yeni Üniversite Düzeni Kriz ve Kalite".

Doğu-Batı. Sayı: 7 (Mayıs-Haziran Temmuz): 81-94.

Ortaylı, İlber (1999). "İlber Ortaylı İle Söyleşi". Düşünen Siyaset. 1 (2): 23-32.

Özbek, Meral (1992). "İletişim Eğitimi Üzerine". İLEF Yıllık'92: 307-327.

Özbudun, Sibel ve Demirer, Temel (1999). "İdeolojinin Üretimi, Yeniden-Üretimi ve Üniversiteler". Eğitim: Ne İçin? Üniversite: Nasıl? YÖK Nereye? Faruk Alpkaya, Temel Demirer, Fuat Ercan vd. (der.) içinde. Ankara: Ütopya Yayınları: 29-48.

Özçüçür, Metin (1998). "Üniversite- Sanayi İşbirliği Programı Üzerine Bir Eleştiri".

Kültür ve İletişim. Sayı: (1/2 Yaz: 47-76.

Özçüçür, Metin (1999). "Üniversite Sanayi İşbirliği Programının Eleştirisi". Eğitim: Ne İçin? Üniversite: Nasıl? YÖK Nereye? Faruk Alpkaya, Temel Demirer, Fuat Ercan vd. (der.) içinde. Ankara: Ütopya Yayınları: 95-104.

Readings, Bill (1998). The University in Ruins. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Sarı, Engin (2005). "İletişim Çalışmaları Alanında Dergicilik: İletişim Fakültelerinde Çıkan Dergiler Üzerine Bir Değerlendirme". Yayınlanmamış Bildiri. Türkiye'de İletişim Araştırmaları Sempozyumu.

Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Sarı, Engin ve Kanlı, Tuba (2005). "İletişim Alanında Lisansüstü Çalışmalar: Bir Sınıflama ve Yorumlama Denemesi". Yayınlanmamış Bildiri. Türkiye'de İletişim Araştırmaları Sempozyumu.

Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Tekinalp, Şermin (2000). "Yeni Dünya Düzeni, İletişim Fakülteleri ve Öneriler".
I. İletişim Kongresi Bildiri Kitapçığı: 462-469.

Terkan, Banu ve Balcı, Şükrü (2007). "Gazetecilik Eğitiminin Aktörlerinden Biri Olan Üniversite Öğrencilerinin
Gazetecilik Eğitimine İlişkin Düşünce ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma".
Bir Sorun Olarak Gazetecilik. Bilal Arık ve Mustafa Şeker (der.) içinde. Konya: Tablet Yayınları: 37-69.

Tılıç, L. Doğan (2001). 2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak. İstanbul: Su Yayınları.

Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi".
Kültür ve İletişim. 6/1 (Kış): 9-32.

Yetkin, Çetin ve Atabek, Ümit (2006). "Vakıf Üniversiteleri Gerçeği". Cumhuriyet Gazetesi. (15 Eylül): 2.

Eleştirel Kuram Perspektifinden İlk Etkin Alımlayıcı Çalışmaları ve Medya Pedagojisi Çalışmalarına Etkisi

Füsun Alver¹

Özet

Bu çalışmada; medya pedagojisi çalışmalarının kuramsal temelleri ortaya konulduktan sonra Eleştirel Kuram'ın temsilcileri arasında yer alan ve bu perspektiften gerçekleştirilen çalışmaların ilk örneklerini ortaya koyan Brecht'in, Benjamin'in ve Enzensberger'in kitle iletişim teknolojisi ve alımlayıcının konumlandırılmasına ilişkin düşünceleri, kabulleri ve öngörülerini incelenecektir. Brecht'in, Benjamin'in ve Enzensberger'in, çalışmaları ile eşitlikçi, eylem ve katılım yönelimli ve etkin alımlayıcı tasarımı için günümüzde gerçekleştirilen medya pedagojisi çalışmalarına temel oluşturarak, yol gösterdikleri varsayılmaktadır. Bu çerçevede Brecht'in, Benjamin'in ve Enzensberger'in çalışmalarının, Eleştirel Kuram perspektifinden medya pedagojisi çalışmalarına etkide bulunarak, temel oluşturduğu argümantatif bir metot ile ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu çalışmanın soru ve sorunu ise; Frankfurt Okulu'nun temsilcileri tarafından öngörüldüğü gibi yirminci yüzyılın başından bu yana hızlı bir gelişme gösteren kitle iletişim teknolojisinin günümüzde geniş kitleler üzerinde bir iktidar ve hegemonya kurma aracı olarak kabul edilip, edilemeyeceği ve alımlayıcının kitle iletişim teknolojisi karşısında nasıl konumlandığıdır.

Anahtar Sözcükler: Medya Pedagojisi, Etkin Alımlayıcı Çalışma, Eleştirel Kuram

First Effective Receptive Studies and Impact On The Media Pedagogy Studies in Critical Theory Perspective

Abstract

In this study, after putting forward the theoretical foundations of media pedagogy studies, the thoughts regarding mass media technology and positioning of the receptive, the acceptance and predictions belonging to Brecht, Benjamin and Enzensberger, who are among the representatives of Critical Theory and demonstrating the first examples of studies in this perspective, will be examined.

Brecht, Benjamin and Enzensberger, by forming a basis on media pedagogy studies nowadays with their practice for the design of effective receptive and egalitarian, participation in the action-oriented, are assumed to lead.

In this context, Brecht, Benjamin and Enzensberger's studies, affecting and forming a basis on the media pedagogy studies in Critical Theory perspective, will be put forward with an argumentative method.

The question and issue of this study are, as foreseen by the representatives of Frankfurt School since the beginning of the twentieth century with a rapid development of mass communication technology today whether considered as a power and hegemony means over the masses or not and how to situated the receptive against the mass communication technology.

Keywords: Media Pedagogy, Effective Receptive Study, Critical Perspective

¹ Prof. Dr. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Tarihsel süreçte, farklı dönemlerde, farklı kuramsal perspektiflerden medya pedagojisi yaklaşımları ilgi görmüş ve bilimsel tartışmalarda ağırlık kazanmıştır. Yirminci yüzyılın başında pedagoji bilimi çerçevesinde sinema, radyo ve yazılı basının toplumda yaratabileceği olumsuz etkilere karşı çalışmalar başlatılmış ve medya pedagojisi, geçen yüzyıldan günümüze kadar olan süreçte yaşanan dönemin politik sisteminin koşullarına, pedagoji bilimi yaklaşımlarına, bilim dalının kazandığı disiplinlerarası yönelim nedeniyle medya bilimi ve sosyal bilimlerin alanlarında geliştirilen kuramsal perspektiflere ve medya teknolojisi gelişmelerine bağlı olarak farklı araştırma konularına odaklanmıştır.

Almanya'da Weimar Cumhuriyeti¹ döneminde, Tinsel Bilimler Kuramı perspektifinden kültür eleştirisi yapan Koruyucu Pedagoji Yaklaşımı egemen olmuştur. Bu yaklaşım, toplumsal normları ve değerleri henüz içselleştirememiş ve bu nedenle kitle iletişim araçları kullanımında eğitimcilerin yönlendiriciliğine gereksinim duyduğu düşünülen çocukları ve gençleri araştırmalarının odak noktasına yerleştirmiştir. Koruyucu Pedagoji Yaklaşımı; kitle iletişim araçları tarafından iletilen ancak realiteye uymayan tasarlanmış dünyaya ve tinsel ve kültürel değerlerin düşüşüne karşı mücadele edilmesini, çocuklara fantezi ileten ve saldırganlık yaratan kitle iletişim ürünlerine karşı sanat, eğitim ve öğretim alanlarında reform yapılarak, "iyi" ve "değerli" olana yönelmesini ve böylece sanatsal eğitimle zevkli ve değerlendirme yetkinliğine sahip bireylerin gelişimine olanak sağlanmasını amaçlamıştır (Wermke, 2001:140 v.d; Hüther ve Podehl, 1997:117 v.d). Bu kuramsal perspektifle bir ölçüde eleştirel alımlayıcı yaratılmak istenmekle birlikte, enformasyonun kaynaktan çizgisel ve tek taraflı olarak iletildiğinin öngörülmesi, alımlayıcının edilgen bir konuma yerleştirilmesi ve toplumsal ilişkilerinden soyutlanması nedeniyle Koruyucu Pedagoji Çalışmaları, varolan sorunların çözülmesinde yetersiz kalmıştır. Koruyucu Pedagoji, tinsel ve kültürel değerlerin düşüşüne karşı mücadele edilmesini amaçlamış ancak aşamalı olarak insanın gelişimini problematikleştirememiş; kitle iletişim araçlarının olumsuz etkileri üzerine varsayımlar ortaya koymasına rağmen varsayımlarını sinema yoluna gitmemiştir (Hug, 2002:191). Koruyucu Pedagoji, kitle iletişim araçlarının bireyler ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerine odaklanmış ancak toplumun demokratikleşme yönünde eğitime potansiyelini göz ardı etmiştir. İletişim teknolojilerinden eğitim amaçlı yararlanılabileceği, kitle iletişim araçlarının içeriğine bireysel veya toplumsal gereksinimlerle eklenilebileceği ve kitle iletişim araçlarının günlük yaşamda iyi, doğru ve bireysel ya da toplumsal amaçlarla kullanılabileceğinin olabirliğini tartışmamıştır.

Nasyonal Sosyalistler'in siyasal iktidarı döneminde² çocuk ve genç odaklı Koruyucu Pedagoji çalışmalarının yerini Propaganda ve Doktrin Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları almıştır. Nasyonal Sosyalistler yazılı basın, sinemayı ve radyoyu propaganda aracı olarak kullanmışlar, eğitim politikasını ve derste kullanılabilecek iletişim araçlarını yeniden belirleyerek, pedagoji biliminden etkin olarak yararlanmaya çalışmışlardır. Nasyonal Sosyalistler; kitle iletişim araçlarını yasal düzenlemeler, Rayh Kültür Odası, Halk Aydınlanması ve Propaganda için Rayh Bakanlığı gibi denetim mekanizmaları, devlet tarafından desteklenen kitle iletişim araçları üretimi (ufa-film GmbH, Deutsche Wochenschau) ve ekonominin yönetimi (Film Kredi Bankası) gibi kuruluşların birlikte çalışması ile denetim altına almışlardır (Hüther ve Podehl, 1997:116). Bu çerçevede Nasyonal Sosyalistler'in siyasal iktidarı döneminde, pedagoji bilimi perspektifinden medya pedagojisi çalışmalarından söz etmek olası değildir; çünkü izlenen eğitim politikası, eleştirel çalışmalara izin vermemiş, kitle iletişim araçlarının yönlendirici potansiyeli bilinçli olarak politik amaçlarla kullanılmıştır.

1 Weimar Cumhuriyeti, Almanya'da 1918-1933 yılları arasında varolan demokratik yönetim biçimini ifade etmektedir.

2 Nasyonal Sosyalistler Almanya'da, siyasal iktidarı 1933 yılında ele geçirmişler ve İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar (1945) ülkeyi yönetmişlerdir.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise, Koruyucu Pedagoji Çalışmaları yeniden canlandırılmaya çalışılmış ancak Koruyucu Pedagoji Çalışmalarının başarılı olamaması ve Materyalist Kuramın yeniden önem kazanması nedeniyle koruyucu yaklaşımın dışına çıkılarak, Eleştirel Kuram perspektifinden medya pedagojisi çalışmalarına yönelinmiştir. Bu süreçte 1960'lı yılların ortasından itibaren kitle iletişim araçları teknolojisinde ortaya çıkan gelişmeler ve izlenen toplum ve eğitim bilimi politikası da etkili olmuştur. Eleştirel ve radikal biliminin nedenselleştirilmesi ve toplumsal çelişkilerin totaliter geç kapitalizm sistemi içinde analiz edilme denemesi olarak Eleştirel Kuram perspektifinden hareket eden Frankfurt Okulu'nun temsilcileri (Adorno ve Horkheimer,1997: 89 v.d), kitle iletişim örgütlerini ve kültür endüstrisini, bir bütün olarak toplumsal eğilimlerin aktarım aracı ve geç kapitalist toplumların sosyalizasyon kurumları olarak kavramışlardır. Kitle iletişim araçlarını, egemenlik ve iktidar aracı olarak görmüşler; kültür endüstrisi tarafından kitlesel tüketim için standart olarak üretilen düşünce ve algılama esaslarını, egemen ilişkilerin devamının sağlanmasını amaçladığını düşünmüşlerdir. Adorno ve Horkheimer (1997: 92 v.d), çalışmalarında; radyo ve sinemanın giderek büyüyen popülaritesinin yanında bu araçların toplum politikası oluşturma potansiyelini irdelemişler, kitle iletişim araçlarının politik ekonomisini, popüler kültür ürünü üretme esasları ve alımlayıcı üzerinde yarattığı etkilerle birlikte ele almışlardır. Yalnızca kültürün, kitle iletişim araçları aracılığıyla endüstrileştirilmesini değil, tüketicinin ve alımlayıcının da aynı bilinç alanında bulunmalarını, geç kapitalizm tarafından denetlenen bilincin tutulması olarak yorumlamışlardır. Kültür endüstrisi eleştirilerinde; kültür endüstrisini Aydınlanma, özgürlük ve resmiyetin karşısına yerleştirmişler ve özerk, bağımsız, bilinçli yargıda bulunabilecek ve karar verebilecek bireylerin eğitimini engellediği için eleştirmişlerdir. Eğlence ve serbest zaman endüstrisini saldırgan, tek boyutlu, totaliter ve manipülatif olarak görmüşlerdir. Kitle toplumu, eleştirel değildir; edilgendir, duyarsızdır, narkozlanmış ve demoralize olmuştur. Kitle kültürü, toplumun bütünsel olarak aldatılmasını sağlamaktadır. Oysa bilinçli yargıda bulunabilecek bireyler, demokratik toplumun yaratılmasının bir koşuludur ve bireyler yalnızca ergin ve eşit olurlarsa varlıklarını koruyabilecek ve geliştirebileceklerdir. Adorno ve Horkheimer (1997), kitle iletişim araçlarının etkilerini ve kültür endüstrisinin gelişimini, kötümser yorumlamakta ve alımlayıcıyı edilgen olarak tasarlamaktadırlar.

Adorno ve Horkheimer (1997:93 v.d), alımlayıcının kitle iletişimi araçları kullanımını araştırmamakla birlikte kitle iletişim araçlarını manipülasyon aracı, alımlayıcıyı ise, manipüle edilen bir kurban olarak kavramış ve tüketiciye indirildiğini kabul ederek, pedagojik çabaların ona yöneltilmesini istemişlerdir. Ancak alımlayıcıyı edilgen olarak tasarlayan bu yaklaşım, Eleştirel Kuram çerçevesinde de eleştirilmiş ve 1970'li yıllardan itibaren medya eğitimine, eşit ve etkin alımlayıcı tasarımı ile yaklaşılmıştır. Toplumsal eleştiri çözümlenmeleri çerçevesinde, bireylere, medya durumunun ekonomik, toplumsal ve politik koşullarını anlamaları, değişiklik yapabilme ve kendi üretimlerini gerçekleştirme olanağının tanınması önerilmiş, bireysel üretim ile kapitalist medya üretimine karşı ağırlık kazanılması istenmiştir (Tulodziecki, 1998 : 539). Bu çerçevede Eleştirel Kuram temelli Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları geliştirilerek, medyanın politik ve ekonomik işlevlerine yönelinmiştir. Politikanın toplumsallaştırılmasını amaçlayan Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmalarında medya sistemi, kapitalizm eleştirisi kapsamına alınmış ve medya, egemenliğin sürdürülmesinin aracı olarak görülmüştür. Eleştiriler, kamusal medya kuruluşlarından çok, özel medya kuruluşlarına yöneltilmiş; gazete ve dergilerin az sayıda yayıncının elinde toplanması, medya sahiplerinin yüksek kar elde etmeleri ve kamuoyunu giderek daha fazla etkilemeleri konuları tartışmaya açılmıştır. Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları, "manipülasyon" kavramını ön plana çıkarmış; medyayı, egemen sınıfın iktidarını güçlendirmek için enformasyon yayan bir iktidar aracı olarak kabul etmiştir. Kapitalist ekonomik sistemin ve medyanın manipülasyon eğilimlerinin haber programlarında ve gazete haberlerinin yanı sıra reklamlarda da gözlemlendiği vurgulanmıştır (Tulodziecki, 1998 : 539; Hüther ve Podel, 1997 : 122). Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları; medya pedagojisinin, toplumun değişimine etki etmesi gerektiğini savunmuştur. Böylece oluşturulması amaçlanan yeni toplumda, özgürleşecek medyanın, kamuoyunu manipüle edemeyeceği düşünülmüştür. Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmalarının yönlendirici

olması ve medyaya karşı kuşkucu bir tutum geliştirilmesine etki etmesi ile bireylerin reklamların yönlendirmesinden ve etkilerinden korunabileceği öngörülmüştür.

Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmalarının yanında medyanın eleştirel kullanımına odaklanan ve bireyi, medyanın kurbanı ve aydınlatılması gereken kişi olarak değil de eleştirel medya alımlaması ve şekillendirmesine yetenekli özne olarak kabul eden Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997 : 46 v.d.; Schorb, 1995 : 184 v.d.) geliştirilmiştir. Eleştirel Kuram perspektifinden geliştirilen Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları; edilgen izleyicinin etkinleştirilmesini, medyanın öneminin ve işlevinin sorgulanması ile olası görmüş ve medya tüketiminin irdelenmesinde sosyal bağlamın ve kişisel özelliklerin göz önünde bulundurulmasını önermiştir. Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları öncesinde “medyanın tüketicilere yaptıkları” önemli görülmüş, alımlayıcı, medyanın kurbanı olarak düşünülmüş ve bireysel medya kullanımındaki seçiciliği ve öznel yaşam deneyimleri göz ardı edilmiştir. Bu noksanlığı önemseyen Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi, medya içeriklerinin rastlantısal olarak seçilmediğini, sosyal bağlam ve kişisel eğilimler, güdüler ve beklentiler gibi nedenlerle seçim yapıldığını öngörmüştür. Böylece yalnızca medya tüketimi ve medyanın insanlar üzerindeki etkileri değil, medya kullanıcısının, medya üzerinde yapmayı amaçladığı etkilerin de tartışılması amaçlanmıştır (Hüther ve Podehl, 1997 : 125). Edilgen medya alımlayıcısının yerine, katılımcı medya kullanıcısını koyan Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi, medyanın olabildiğince yararlanılmasını ve bireysel içeriklerin üretilerek, medyaya eklenmesini önermiştir. Bu çerçevede artık “medya yurttaşlarla ne yapacak?” sorusunun yerini “yurttaşlar medyayla ne yapacaklar?” sorusu almıştır.

Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmalarının yanında yine Eleştirel Kuram perspektifinden gerçekleştirilen ve 1980 yılından itibaren önem kazanarak, günümüze kadar sürdürülen ve basılı metin, film ya da CD gibi medya üzerinde çalışılmasını ifade eden ve medyada yer alan olayların iç yüzünün ortaya konulmasını, çıkar ilişkilerinin, sorunların, düşüncelerin ve davranışların nedenlerinin açıklanmasını amaçlayan Etkin Medya Çalışmaları yapılmıştır. Etkin Medya Çalışmaları, bireylerin medyayla ilişki kurmalarını, öğrenme ve deneyim edinme olanaklarının genişletilmesini amaçlamaktadır. Medya bireysel durumu, çıkarları ve sorunları toplumun içinde bulunduğu duruma ve sorunlara eklemeye yarayan bir araçtır. Varolan sorunlar ve çıkarlar, başkalarıyla tartışma ve iletişim kurma olanağı vermektedir (Schell, 1997 : 9,11). Etkin Medya Çalışmaları kapsamında belirli bir medyanın seçilmesi içeriğe, iletişim amacına, hedef kitleye ve üretimin çerçeve koşullarına bağlı olarak yapılmaktadır. Ortak medya içeriği üretimi, etkinleştirilmeye çalışılan bireye, bir konu ya da sorunla uzun bir süre yoğun ve yansımali olarak ilgilenilmesini, ortak çalışma süreçlerinin planlanmasını ve planların ve dayanışmacı eylemlerin gerçekleştirilmesi gerektiğini öğretmektedir.

Koruyucu Pedagoji, Propaganda ve Doktrin Yönelimli Medya Pedagojisi ve Eleştirel Kuram kapsamında geliştirilen eşitlikçi, eylem ve katılım yönelimli ve etkin medya gibi farklı perspektifler çerçevesinde yapılan medya pedagojisi çalışmaları, medyayla ilgili tüm kuramsal ve uygulamalı pedagoji çalışmalarını kapsayan bir üst kavram olarak kabul edilmektedir. Medya eğitimi, medya didaktiği, medya öğretimi ve medya pedagojisi yönelimli medya araştırmaları³, medya pedagojisi kuram tasarımları içinde yer almaktadır. Medya pedagojisi çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin aile yaşantılarında ve serbest zamanlarında kültürel yarar sağlayarak, kendilerini geliştirmelerini, mesleki alanda büyüme ve gelişme sağlamalarını, politik alanda kendilerini ifade etmelerini ve eşit olanaklara sahip olmalarını amaçlayan tüm sosyo-pedagojik, sosyo-politik ve sosyo-kültürel yaklaşımları ve önlemleri kapsamaktadır (Baacke, 1997; Bauer, 1980). Ülkemizde de iletişim eğitimi kapsamında üzerinde çalışılan ve giderek önem kazanan medya yetkinliği (medya okur yazarlığı) kavramı, çocukların ve gençlerin, büyük ölçüde medya tarafından belirlenen bir dünyada

3 Ayrıntılı bilgi için Alver, F. (2004). "Medya Pedagojisi Çalışmaları". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. No: 2, 1-30.

doğru, bağımsız, yaratıcı ve toplumsal sorumluluğa sahip olarak eylemde bulunabilmeleri için yetkinleştirilmelerini ifade etmektedir (Tulodziecki,1992 : 46). Bu çerçevede Eleştirel Kuram perspektifinden Bertolt Brecht (1967), Walter Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) ve Hans- Magnus Enzensberger (2002) tarafından yapılan çalışmaların, temel amacı etkin bireylerin yaratılması olan medya pedagojisi çalışmaları için anlamlı ve önemli olduğu düşünülmektedir.

Eleştirel Kuram temelli Frankfurt Okulu'nun temsilcisi olmakla birlikte Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) ve Frankfurt Okulu'nun temsilcileri olmayan ancak Eleştirel Kuram perspektifinden hareket eden Brecht (1967) ve Enzensberger (2002), Frankfurt Okulu'nun temsilcileri Adorno ve Horkheimer (1997) gibi kültür endüstrisini eleştirmekle birlikte onlardan farklı olarak alımlayıcıyı, kitle iletişim araçlarının içerikleri karşısında edilgen değil, etkin olarak tasarlamışlardır. Brecht'in (1967), Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ve Enzensberger'in (2002) yaptıkları çalışmalar; daha sonraki yıllarda Eleştirel Kuram perspektifinden gerçekleştirilen Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları (Hüther ve Podehl, 1997; Bauer, 1980), Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Hüther ve Podehl, 1997; Bauer, 1980) ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmalarına (Schell,1997) etki etmiştir.

Bu çalışmada; giriş bölümünde medya pedagojisi çalışmalarının kuramsal temelleri ortaya konulduktan sonra Eleştirel Kuram'ın temsilcileri arasında yer alan ve bu perspektiften gerçekleştirilen çalışmaların ilk örneklerini ortaya koyan Brecht'in (1967), Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ve Enzensberger'in (2002) kitle iletişim teknolojisi ve alımlayıcının konumlandırılmasına ilişkin düşünceleri, kabulleri ve öngörülleri incelenecektir. Brecht'in (1967), Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ve Enzensberger'in (2002), çalışmaları ile eşitlikçi, eylem ve katılım yönelimli ve etkin alımlayıcı tasarımı için günümüzde gerçekleştirilen medya pedagojisi çalışmalarına temel oluşturarak, yol gösterdikleri varsayılmaktadır. Bu çerçevede Brecht'in (1967), Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ve Enzensberger'in (2002) çalışmalarının, Eleştirel Kuram perspektifinden medya pedagojisi çalışmalarına etkide bulunarak, bir temel oluşturduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu çalışmanın soru ve sorunu ise; yirminci yüzyılın başından bu yana hızlı bir gelişme gösteren kitle iletişim teknolojisinin, geniş kitleler üzerinde bir iktidar ve hegemonya kurma aracı olarak kabul edilmesine ve edilgen alımlayıcı tasarımına (Adorno ve Horkheimer, 1997) karşın günümüzde kitle iletişim araçları karşısında bireylerin eşit ve etkin (Brecht, 1967; Benjamin, 1991a; 1991b; 1991c; Enzensberger, 2002) medya kullanıcısı olarak konumlandırılıp, konumlandırılmayacağıdır.

Bu çalışmada; argümantasyon metodu uygulanacaktır. Argüman, bir tezin nedenselleştirilmesi ya da yanlışlanması (falsifize edilmesi) için ortaya konulan ifadeler ya da ifadeler dizisi ve sonuçlarıdır. Argümanların birbirleriyle bağlantılı olarak ortaya konulması, argümantasyon olarak ifade edilmektedir (Alver, 2011 : 416). Bu çerçevede Brecht'in (1967); Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ve Enzensberger'in (2002) temel düşüncelerinin eşit, eylem ve katılım yönelimli ve etkin medya pedagojisi çalışmalarına etkileri, argüman sunma metoduyla gösterilmeye çalışılacaktır.

1-Bertolt Brecht: Radyo Araçılığıyla Toplumsal Etkileşim

Materyalist Kuram temelli Eleştirel Kuram, Alman düşünür ve şair Brecht'in⁴ tiyatroya ve kitle iletişimine ilişkin düşüncelerini etkilemiştir. Brecht'in "Gece Trampet Çalmak", "Şehirlerin Çalılığında" gibi ilk çalışmaları, nihilist bir yönelime sahip olmuştur. Brecht, daha sonra Eleştirel Kuram perspektifinden yaptığı çalışmalarında, izleyicinin düşünme gücünü geliştirmeyi amaçlayan epik tiyatro üzerinde odaklanmış; dramalarını, "devrimci toplumsal pratik için aydınlanmanın aracı" olarak kavramıştır (Hahnengrep, 1992:5). "Adam Adamdır" gibi oyunlarında pedagojik bir

4 Alman şair, tiyatro yazarı ve kuramcı Brecht, 1898 yılında Augsburg'da doğdu, 1956 yılında Berlin'de yaşama veda etti. Brecht'in pek çok eseri, siyasal düşüncelerini yansıtmıştır. Bunların arasında Üç Kuruşluk Opera (1928), Gailie'nin Yaşamı (1938) ve Bay Puntilla & Uşağı Matti (1941) belirtilebilir.

amaçla kolektif sanat denemesine yönelmiş, Maxim Gorki⁵'nin "Ana" başlıklı romanını, yalnızca proleter izleyiciyi hedeflemeden tiyatroya uyarlamış, "Üç Kuruşluk Opera" müzikal oyununda burjuva izleyiciye de yönelerek, onların beklentilerini de karşılamak istemiştir (Uka, 1998: 377).

Brecht'in (1967: 132 v.d), epik tiyatroya ilişkin düşünceleri, yaşadığı dönemin önemli kitle iletişim aracı olan radyoya ilişkin çalışmalarına da yansımış; üzerinde çalıştığı Epik Drama Kuramını, 1920'li yılların ortasından itibaren araştırmaya başladığı Radyo Kuramı için de önermiştir. Bu çerçevede eski operaya ve Shakespeare stilinde dramaya karşı çıkmış; bu stilin radyo programları için uygun olmadığını söylemiştir. Brecht, epik dramanın öğretici karakterinin, radyo için pratikte yararlı olabilecek öğütler içerdiğini düşünmüştür. Ona göre radyo tiyatroyu yorumlayabilme, tamamlayabilme ve propagandanın yeni türlerini geliştirebilme potansiyeline sahiptir. Tiyatro ve radyo düzenlemeleri arasında dolaysız bir işbirliğinin yapılması olasıdır. Epik Tiyatroda olduğu gibi radyo yayınlarında da alımlayıcı yalnızca alımlamamalı bunun yanında analizler gerçekleştirebilmeli ve hatta radyo programlarının içeriğine üretici olarak katılmalıdır. Gönderici ile alımlayıcı arasında bir alış verişi meydana gelmeli ve tartışmalar yapılmalıdır. Radyo, kamusal yaşam için bir iletişim aracı olarak işlevselleştirilebilirse, dinleyici ve izleyici, tiyatroya ve radyoda yeniliklere yönelebilecek, önemli enstitüleri, görevlerini yerine getirebilmeleri için harekete geçirebilecektir.

Brecht (1967: 127 v.d), Epik Drama Kuramı'ndan da yararlanarak üzerinde çalıştığı Radyo Kuramında; radyonun öngörülmemiş, ismarlanmamış bir icat olduğunu söylemekte ve işlevine ilişkin belirlemeler yaparken, içinde yaşadığı dönemde olduğu gibi anarşist toplumlarda da varolma hakkını ispat etmek için icatların ortaya konulduğunu belirtmektedir. Böylece ilerleyen teknik, günün birinde radyonun icat edilmesine olanak sağlamıştır ancak toplum onu alımlamak için yeterince gelişmemiştir. Kamuoyu, radyonun icat edilmesini beklememiştir; aksine radyo bir kamuoyunun oluşumunu beklemiştir. Rastlantısal bir icat olan radyo, toplumsal gereksinim nedeniyle icat edilmemiştir. Bu nedenle de toplum, radyoyla ne yapması gerektiğini bilememiştir. Bu bilememezlik, dinlemek için seçilen radyo programlarının içeriğinde de kendisini göstermektedir. Brecht (1967: 128), radyo ile insanların herkese her şeyi söyleme olanağına kavuşmalarına rağmen insanların söyleyecek hiçbir şeyleri olmadığını görüldüğüne işarete etmektedir. Bu, radyonun, diğer kurumların yalnızca bir temsilcisi olarak ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Radyo opera, tiyatro, konser ya da konferans gibi organizasyonların ifade edilebilir sözcüklerini ve söylenebilir şarkıların aktarmaktadır. Radyo, kendi programlarını yapılandırmak yerine bu organizasyonları iletmektedir. Bu nedenle Brecht, radyonun yaşam amacını sorgulamakta ve radyonun yalnızca kamusal yaşamı güzelleştirmek için icat edilmiş olamayacağını söylemektedir.

Brecht (1967: 129), radyonun etkileşime olanak tanıyan bir iletişim aracı olması gerektiği halde tek taraflı bir iletim aracı olduğuna vurgu yapmaktadır. Radyo yalnızca programları sunmakta ve bir yayın aracı işlevi görmektedir. Radyo ile dinleyici arasındaki tek yönlü bir aktarım gerçekleşmekte ve alımlayıcı edilgen bir tüketici olarak konumlandırılmaktadır. Brecht, bu nedenle radyo yayınlarının yeniden yapılandırılmasını ve radyonun bir yayın aracından iletişim aracına dönüştürülmesini önermektedir. Brecht (1967: 129 v.d) çalışmasında; radyonun Almanya Şansölyesinin görevlerini aydınlatmada sahip olması gereken işlevi üzerine de fikir yürütmekte ve Şansölyenin, radyo aracılığıyla faaliyetlerine ilişkin halkı düzenli olarak enforme etmek yükümlülüğüne sahip olduğunu belirtmektedir. Radyo yalnızca Şansölyenin ifadelerini ve açıklamalarını dinleyiciye iletmemeli aynı zamanda dinleyicinin sorularına Şansölyenin yanıt vermesine de olanak sağlamalıdır. Böylece radyo, yönetenler ile yönetilenler arasında fikir alışverişinin gerçekleşmesine olanak sağlayabilecek, politika ve ekonomiye ilişkin tartışmaları ortaya koyabilecektir. Radyo yalnızca gönderici değil aynı zamanda alımlayıcı olması halinde kamusal iletişimin muhteşem bir aracına dönüşebilecektir. Böylece dinleyici, iletilen iletilerin

5 Maxim Gorki (1868-1936), sosyalist gerçekçi edebiyatın kurucusu ve temsilcisi Rus yazardır. Eserlerinde Çar Rusya'sının yönetim anlayışına karşı düşünsel mücadele vermiş; insanın yaratıcı gücüne olan güveni ve insan sevgisini işlemiştir.

edilgen adresi olmayacak, kendi sesini iletebilecek ve izole edilemeyecektir. Brecht (1967: 130), radyonun sonuçsuzluğa ve etkisizliğe karşı durması gerektiğini düşünmektedir. Tüm kamusal kurumlar, edebiyat ve eğitim enstitüleri, gülünç bir şekilde etkisizdir. Radyo, şeyleri ve durumları etkileri ve sonuçları ile ifade etmediği için kullanıcıyı belirsizlik içinde bırakmaktadır.

Brecht (1967: 131,121), çalışmaları kapsamında radyoyu, kendi birliği içinde olgun toplumsal olanaklar sunan teknik bir icat olarak kavramakta ancak radyonun sunduğu olanaklardan toplumun yeterince yararlanmadığını vurgulamakta ve radyo yayınlarının sonuçlarının utandırıcı, olanaklarının ise sınırsız olduğunu söylemektedir. Brecht, radyodan ilginç içerikte enformasyon verilmediğini aksine radyo aracılığıyla hiçlik ileildiğini belirtmektedir. Güncel olayların üretken hale getirilmesi gerekmekte ve sokaktaki olaylar ele alınmalıdır. Radyo, gerçek olaylara yaklaşmalı ve yalnızca yeniden üretim ve rapor ile sınırlı kalmamalıdır. Bu nedenle radyodan demokratikleştirici bir araç olarak yararlanılması gerekmekte ve radyo, programların bir dağıtım ve yayın aracı olmamalıdır; aksine bir iletişim aracı olmalı, program aktarımı aracından bir anlaşma aracına dönüşmelidir. Dinleyicinin radyo programlarının içeriğine etki etmek için örgütlenmesine, deneyimlerinin ve gereksinimlerinin özerk üretim sürecine eklenmesine olanak sağlanmalıdır. "Radyo, eğer yalnızca gönderici değil aynı zamanda alımlayıcı da olursa yani yalnızca göndericilik değil alımlayıcılık işlevini de üstlenirse ve dinleyiciyi yalnızca alımlayıcı konumunda bırakmaz ve konuşmasına izin verirse, izole etmez ve ilişki sürecine dahil ederse, kamusal yaşamın düşünülecek büyük bir iletişim aracı, dev bir kanal sistemine dönüşebilir" (Brecht, 1967: 129).

Brecht (1967: 129,131), radyonun kamusal yaşamda düşünülemeyecek kadar büyük bir iletişim aracı, devasa bir kanal sistemi olabileceğini söylemekte ve bu çerçevede alışılmış ilişkilere ara verilmesi ile kanalın, bir kanal sistemine, dinleyicinin ise, konuşmacıya dönüşebileceğini belirtmektedir. Dışarıda bırakılanlar, dahil edilmeyenler olarak betimlediği dinleyicilere, yeni bir olanak sunulması gerektiğini düşünmektedir. Söyleyecek bir şeyi olanlar, radyo aracılığıyla bunu yapabileceklerdir. Radyonun siyasal iktidar temsilcileri ile toplumun karşılaşmasına olanak sağlayacak şekilde düzenlenmesi halinde bu, o zamana kadar radyonun varolan dekoratif karakterinin aşılması, yeni bir toplumsal anlam yaratılmasını beraberinde getirebilecektir. Bunun için özellikle de gençlere yönelik öğretici materyal sanatsal olarak şekillendirilip, sunulmalı ve radyonun öğrenmeyi ilginç hale getirmesi gerekmektedir. Anlık kopuş ya da bağlantının düşüşü, başka türde bir bağlantıya olanak sağlayacaktır. Sistemdeki boşluk, değişime olanak vermektedir. Dinleyicinin sürekli kazanılması ve denenmesi gerekmektedir. Dinleyicinin aktarılanlarla özdeşleşmesi, onu üretkenleştirecektir. Bu radyo için opera gibi duygu yüklemeleri yapılması anlamına gelmemekte aksine özdeşleştirmelerin ve duyguların ayrımı anlamına gelmektedir. Böylece Brecht, dağıtım aracının, iletişim aracına dönüşebileceğini söylemektedir. Özdeşleşemeyen dinleyici, direnç göstermeye hazırdır. Bu nedenle dinleyicinin yalnızca öğrenmemesi aynı zamanda öğretmeyi gerektiğini de söylemektedir. Bunun yanında alımlayıcının sorumluluğu içinde iletişimsel davranması gerekmektedir. Dinleyicinin üretken olması ancak kendisinin de aracı edilgen değil, etkin olarak kavraması ile olasıdır. Bu ancak radyonun yalnızca bir gönderici araç olmaması ve aynı zamanda alımlayıcı araç olması yani dinleyiciye yalnızca dinletmemesi aynı zamanda konuşurması, onu izole etmemesi ve onunla ilişki kurması halinde olası olabilecektir.

Brecht (1967: 131 v.d), radyonun bir iletişim aracı olamamasının nedeni olarak yaşadığı dönemin siyasal, ekonomik ve toplumsal sistemini göstermektedir. Varolan sistem içinde radyo bir egemenlik ve iktidar aracı olarak kullanılmaktadır. Oysa Brecht, iletişim aracı ile dağıtım aracı arasındaki farkı ortaya koymakta; dağıtım aracı olarak radyonun iletilerin dağıtımını yaparken, iletişim aracı olarak radyonun, konuyla ilgili dinleyicilerin geri dönüşümüne olanak tanıdığını ve dinleyiciyi susmak durumunda olan tüketici olarak konumlandırarak yerine etkinleştirmeyi amaçladığını ve iletişim ilişkisine almaya çalıştığını vurgulamaktadır. Brecht, radyonun bir egemenlik aracından, demokratikleşme aracına dönüştürülmesini öngörmektedir. Radyo

aracılığıyla sosyalist düşüncenin iletilerinin de aktarılabileceğini ve varolan toplumsal sistemin yıkılabileceğini umut etmekte ve radyonun bir iletişim aracı olarak kullanılabilmesine ilişkin düşüncelerini gerçekleştirmesi olanaksız ve ütopyik bulanlardan, niçin ütopyik buldukları üzerinde yeniden düşünmelerini istemektedir.

Brecht'in (1967) düşünceleri eleştirel olarak değerlendirildiğinde; radyo çalışmasının, sistematik bir kuramsal tasarım olmadığı görülmektedir. Bu çalışması yazarın daha çok radyoya ilişkin tek tek sunum, açıklama ve makalelerinin toplamından oluşmaktadır (Knopf,1996:494). Brecht'in, etkileşimin gerçekleştiği bir toplumun yaratılmasına yönelik çalışmaları, Almanya'da resmi kurumlar ve radyo yayıncıları tarafından dikkate alınmamış; toplumla siyasal iktidar arasında iletişimin kurulması için radyodan pozitif amaçlarla yararlanılamamış, 1933 yılında siyasal iktidara siyasal seçimler ile gelen Nasyonal Sosyalistler, radyoyu, Brecht'in görüşlerinin aksi yönünde, kitleleri istedikleri doğrultuda etkilemek ve yönlendirebilmek amacıyla bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Brecht, yaşadığı dönemde radyonun, Nasyonal Sosyalistler tarafından tek yanlı olarak kullanılmasına karşı çıkmış ve radyonun bir yayın aracından, bir iletişim aracına dönüştürülmesini amaçlamıştır. Nasyonal Sosyalistlerin siyasal iktidarı, İkinci Dünya Savaşı ile birlikte sona ermiş, demokratik siyasal sisteme geçilmiş ancak Brecht'in ütopyik olarak görülen Radyo Kuramı çalışmaları göz ardı edilmiş ve geliştirilememiştir. Brecht'in radyoyu, tek yönlü iletim aracından, dinleyicinin konuşmasına ve kendisini ifade etmesine izin veren "iletişim aracı" na dönüştürülmesi için geliştirmeye çalıştığı Radyo Kuramı ve yaptığı öneriler, 1970'li yıllardan itibaren yeniden önem kazanmış ve Eşitlikçi Medya Pedagojisi, Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmalarının geliştirilmesine etki etmiştir.

Brecht'in (1967) radyo iktidarı monopolünü kırmaya yönelik çabaları, medyadaki monopolün ortadan kaldırılmasını amaçlayan ve eşit bireylerin yaratılması için politik sosyalizasyonu öngören Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları (Hüther ve Podehl, 1997:122) için yönlendirici olmuştur. Brecht, radyo yayınlarının yanında radyodaki iktidar monopolünü irdelemiş ve radyo ve diğer kitle iletişim araçlarının toplumda devrime öncülük etmesini sağlamaya yönelik şekillendirilmesini istemiştir. Yaşadığı döneminin yeni kitle iletişim aracı olan radyoya karşı açık bir tutum izlemiş, yeni olan bu kitle iletişim aracında toplumun demokratikleştirilmesi için bir potansiyelin var olduğunu düşünmüş ve yapısı itibarı ile radyoyu açık bir araç olarak kavrayarak, devrimci bir çekirdeğe sahip olduğunu öngörmüştür. Brecht'in radyo çalışmaları, yeni olan bu kitle iletişim aracını o zamana kadar var olan kitle iletişim araçlarının pratiklerinden ayırmakta ve radyo aracılığıyla herkese erişmeyi ve radyoya geniş toplumsal kesimlerin erişimini olası görerek, bireylerin toplumda eşit haklara sahip olmaları gerektiğinden hareket eden Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları için kuramsal bir çerçeve çizmektedir.

Brecht'in (1967: 129 v.d) etkileşime dayalı ve bireyi izole etmeyen radyo yayıncılığı tasarımı, aynı zamanda Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları için yol gösterici olmuştur. Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları, Brecht'in radyo çalışmasındaki etkin dinleyici yaratma düşüncesine uygun olarak, kitle iletişim araçlarının edilgen tüketicilerine, iletişimsel yetkinlik kazandırarak, onları kamusal olayların etkin katılımcılarına ve şekillendiricisine dönüştürmeyi öngörmüştür. Kitle iletişim aracı kullanıcısının, kitle iletişim araçları üzerinde etkili olması ve onu yönlendirmesi hedeflenmiştir (Aufenanger, 2004: 302 v.d; Hüther ve Podehl, 1997: 125). Bireylerin ortak eylemleri, toplumsal iletişimin bir biçimi olarak kabul edilmektedir. Kamuoyunun üretilmesi, toplum üzerinde etkide bulunmak ve kendi durumunu değiştirmek için olanak sunmakta ve bireysel ve toplumsal etkileme gücünün sınırlarını ortaya koymaktadır.

Brecht'in (1967) çalışması, eylemi temel öğrenme biçimi olarak gören, bireylerin öğrenme süreçlerini ve hedeflerini kendilerinin belirlemelerine olanak sağlamayı öngören ve etkileşim süreçlerini kapsayan öğrenme fırsatının yaratılmasını amaçlayan günümüz Etkin Medya

Çalışmaları⁶ (Schell, 1997: 11 v.d) için de yol gösterici olmuş ve bu çalışmaların öncülleri arasında kabul edilmiştir. Etkin Medya Çalışmaları, Brecht'in (1967: 129) etkileşime dayanan dev kanal sistemi içinde yer almasını öngördüğü "öğrenen" ve "öğreten" alımlayıcı figürüne uygun olarak bireyin, varolan toplumsal ilişkiler tarafından belirlenemeyeceğini öngörmekte ve onu kendi toplumsal eylemini şekillendirme yeteneğine sahip toplumsal bir özne olarak kavramaktadır. Buna göre, pedagojik eylemin temel görevi, toplumsal durumların yansıtılması ve değiştirilmesidir; insan kendisi tarafından yönetilmektedir ve toplumsal özne olarak engelleri görme ve ortadan kaldırma yeteneğine sahiptir. Bunu "erginlik" ve "eşit haklara sahip olma" ile açıklamak olasıdır. "Erginlik", öğrenebilme yeteneğini, toplumsal koşulları, normları ve değerleri tanımayı, sorgulamayı, yargılamayı ve buna göre eylemde bulunmayı; "eşit haklara sahip olmak" ise, insanın, insan üzerindeki egemenliğinin kaldırılmasını ve iktidar ilişkisine dayanan bağımlılığın sona erdirilmesini ifade etmektedir.

2-Walter Benjamin: Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretebildiği Çağda Sanat Eserinin Toplumunu Demokratikleştirme Potansiyeli

Frankfurt Okulu'nun temsilcileri arasında yer alan Benjamin⁷ felsefe, filoloji, edebiyat ve tarih gibi farklı disiplinleri bir araya getirmeyi amaçlayan disiplinler arası çalışmalar gerçekleştirmiştir. Benjamin, Immanuel Kant'ın⁸ düşünceleri ve Alman Romantizmi üzerine çalışmalar yapmış; bilgi kuramı, dil felsefesi, trajik drama ve film çalışmalarına yönelmiş, çeviriye, şehir araştırmalarına, öykü anlatıcılığına ve biçimsel olarak düzyazıya kadar edebi eleştiriler üzerinde odaklanmıştır. Benjamin, Frankfurt Okulu'nun diğer temsilcileri Adorno, Horkheimer ve Marcuse gibi Alman bilim sisteminin ve disiplininin katı kurallarına bağlı kalmamış⁹, kabul gören kavramların egemenliğinden kendisini korumaya çalışmış; politikada sol çevrelere yakınlık göstermesine rağmen kendisini politikanın dışında konumlandırmayı seçmiştir.

Hegel'in¹⁰, realitenin çelişkilerden oluştuğunu öngören, zorunlu olarak kendi değişimini içeren ve geleceğini kendisi üreten ve belirleyen diyalektik materyalizm perspektifini benimseyen Benjamin, İkinci Dünya Savaşı öncesinde kuramsal çalışmalarının yanında uygulama çalışmaları da gerçekleştirmiştir. Brecht ile birlikte radyo programları hazırlamış; çocuklar için okuma saati, hikayeler ve temsil programları üretmiştir. Benjamin, Brecht'in epik tiyatrosunu ve Chaplin'in grotesk film sanatını örnek olarak incelemiş; sanatı bütünüyle dünyevi bir araç yani politik devrim aracı olarak kavramıştır (Witte, 2002: 132). Bu çerçevede Benjamin, bir iletişim kuramcısından ziyade kitle iletişim bilimine ilişkin düşünceleri ve kuram oluşumuna ilişkin söylemi oluşturan kuramcılar arasında yer almaktadır. Bir iletişim kuramcısı olmamakla birlikte sinema, fotoğraf ve radyo ile ilgili soruları, kültür tarihi soruları ile birlikte ele almış; anlamlılığı ve kolektif kültürel gelişimi, insan algılarının gelişimi ile birlikte incelemiştir. Benjamin (1991a: 431 v.d; 1991b: 368 v.d; 1991c: 471 v.d), kültür ve estetik çalışarak, bir medya felsefesi geliştirmeye çalışmış;

6 Ayrıntılı bilgi için Alver, F. (2004). "Medya Pedagojisi Çalışmaları". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. No: 2, 1-30

7 Filozof, toplum kuramcısı, edebiyat eleştirmeni ve yazar Benjamin, 1892 yılında Berlin'de Yahudi bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelmiş, 1940 yılında ise, Nasyonal Sosyalistler tarafından ele geçirilmemek için Fransa-İspanya sınırında intihar etmiştir.

8 Immanuel Kant (1724-1804), çalışmalarında saf aklın ve pratik aklın eleştirisini yapmış, aklın sınırlarını ve metafiziğin yapısını araştırmıştır.

9 Benjamin'i olağanüstü bir yazın adamı, en geniş ve derin anlamıyla denemeci olarak betimlemek olanaklıdır. Benjamin'in aydın olarak etkinliğinin asıl amacının bir sanat yapıtından zevk almaktan çok dünyayı anlamak, bilmek olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Benjamin, bir estetik olmaktan çok sanat yoluyla soru sorup, yanıt arayan bir düşündürür. Tek bir alanda ve düşünce sisteminde yoğunlaşmak yerine anıksal etkinlik ve yeteneklerini bir çok konuya yöneltilmiş, yaşama çeşitli yönlerinden yaklaşmaya çalışmış, çok yönlü çalışmalar gerçekleştirmiştir (Demiralp, 2007:72,70).

10 Bu yaklaşıma göre tin kendisiyle çelişkiye düşmekte ve nesnel gerçekliğin varlığını oluşturmaktadır.

“Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Eseri” başlıklı çalışmasında temel sorusunu fotoğraf, radyo ve film gibi teknik olarak yeniden üretilen sanat eserinin sanat kavrayışında bir değişikliğin meydana gelip, gelmediği olarak belirlemiş ve “kitlesele olarak erişmek olası olduğunda yani sanat eseri toplumsal elitin pratiği olmaktan çıktığında sanat eserinde ne değişmektedir?” sorusunu yanıtlamaya çalışmıştır. Sanat eserinin teknik olarak yeniden üretimle değerinin değişimini sorgulamanın yanında bu değişimi yaşadığı dönemin kapitalist ekonomik ve politik sistemi ile ilintilendirip, yorumlamayı da amaçlamıştır.

Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) çalışmasında; teknik ilerlemenin bir eleştirisini yaparken; sanatın politik anlamı, gelişim eğilimi ve dönemin üretim koşulları üzerinde odaklanmıştır. Sanat eseri kavramını, teknik olarak yeniden üretilbilir olması ile türselleştirmiş ve yeniden üretimin olanaklarının koşullarını betimlemeye çalışmıştır. Bu çerçevede üzerinde odaklandığı sanat eseri olarak fotoğrafın sanatsal işlevinin ötesinde toplumsal işlevini de tartışmış ve politikayla ilişkisini ortaya koymaya çalışmıştır. Benjamin (1991b), fotoğrafın icat edilmesini tarihsel bir dönüm noktası olarak gördüğünü belirtmiş ve bu icatta sanatın estetik dönüşümünün bir tasarımının bulunduğunu söylemiştir.

Benjamin (1991a: 444, 451 v.d.; 456; 1991b: 368 v.d), sanat eserinin teknik olarak yeniden üretim koşullarını, alımlayıcı ile ilişkilendirerek, irdelemiş ve sanat eserinin alımlayıcı tarafından algılanmasını problemleştirmiştir. Sanat eserinin sergilenebilirliği, onun ritüelden ayrılmasını beraberinde getirmiştir. Bu nedenle bir sanat eseri, mutlak ağırlığına, gelenekselle olan bağı nedeniyle değil de sergilenebilirliği nedeniyle sahip olmaktadır. Benjamin, geçmişte sanat eserinin bir kereye mahsusluğunu belirleyen o yerdeki ve o andalığı nedeniyle belirli bir yere, gelenek bağlamına yerleştirildiğini düşünmüştür. Bir sanat eserinin aurasını, hakikiliği ve doğallığı ile ilişkilendirmiş, aura kavramından bir sanat eserinin maneviyatını anlamış ve aurayı, teknik yolla gerçekleştirilen yeniden üretim dışında bırakmıştır. Sanat eserinin geleneksel bağlamda en eski yerleşme yeri kült ortamıdır. Buna göre sanat eserinin özel bir aurası vardır ve ritüel işlevi ön plandadır. Buna karşılık teknik olarak sınırsızca yeniden üretilen sanat eserinin sabit bir mekana sahip olmadığını ve verili olmayan bir kereye mahsusluk nedeniyle aurasının değerini yitirdiğini; çünkü auranın kopyasının olmadığını söylemektedir. Eskiden beri ritüelden yani kült amacından ayrılmaz olarak görülen sanat eserinin teknik olarak yeniden üretilirliği ile ilk kez sanat eseri, kutsal ritüelden uzaklaşmakta ve özgürleşmektedir. Yeniden üretilirliği sanat eserinin bir kereye mahsusluğunun yerini almakta ve yeniden üretilen sanat eseri, yeniden üretim ile düzenli olarak güncellenmeyi deneyimlemektedir. Bununla birlikte sanat eserinin bir kereye mahsusluğunun ve uzun süre dayanıklılığının yerini geçicilik ve tekrar edilebilirliğin alması, aurasını paramparça etmektedir.

Bir sanat eserinin esas özelliği uzaklığı ve erişilemez olmasıdır. Sanat eserinin yeniden üretilirliği ile bu erişilemezlik, alımlayıcı için erişilebilir olmuştur. Böylece sanat, günlük yaşamın sanatına; biricik olan kitlesele; ritüel olan alışkanlığa; burjuvaziye ait olan ise, proleterya ait olana dönüşmüştür (Sander, Gross ve Hugger, 2008: 217). Teknik olarak yeniden üretilirlik çağında kitleler, şeyleri mekansal olarak yakına getirme ve sanat eserinde bir kereye mahsus olanı, yeniden üretmek bu özelliğini bertaraf etme isteğine sahiptir. Bu nedenle sanat eseri ritüelden bağımsızlaşmakta ancak bu kez de kapitalist ekonomi tarafından belirlenmektedir. Sanatın kitlesele yeniden üretimi, kitlelere sanatın öznesi olma olanağını vermekte, özgün eser, özel konumunu korumakta ancak anlamını yitirmektedir; çünkü proleterya sanata katılmaktadır. Teknik yeniden üretilirliğin yeni standardı, kitle ile sanat arasındaki ilişkinin değişimini görünür kılmaktadır (Benjamin, 1991a: 461 v.d; 458 v.d). Çünkü kendiliğinden ve kolektif algılama sürecine olanak tanıyan sanat eserinin kitlesele alımlanmasında, “sanatın sekülerleşmesi” olarak ifade edilen sergileme değeri oluşmaktadır. Sergileme değeri, kült değerini, geri plana itmeye başlamış ve yeniden üretilen olanın gelişimi, özgün olanın değersizleşmesini beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte Benjamin (1991a), negatif gibi görünen değersizleşme kavramını, pozitif düşünmekte ve bu

çerçevede sanat eserinin kitleselliğini ve kitlesel algılama belirli durumsal güncelleme koşullarını, geleneksel olanın sarsılması olarak kavramaktadır. Bu sarsılmanın, yaşanan krizinin diğer yüzü olduğunu ve insanlığın böylece kendisini yenileyebileceğini söylemektedir. Kitle algılamasında yeni olan, kitle aracılığıyla alımlamanın bağımsız örgütlenmesidir.

Sanat eserini çevreleyen özel atmosfer olarak auranın çöküşü, demokratikleşmeyi, sekülerleşmeyi ve algılamanın değişimini beraberinde getirmiştir. Sanatın özgünlük aurası, çoğaltılabilir olmasıyla yok olup gittikten sonra, insanlığın varoluş tarzının bütünselliğiyle birlikte anlam algısı da değişmiştir. Çoğaltma tekniği, sanat nesnelere izleyici kitlesine daha çok yaklaştırmıştır (Lechte, 2006: 356 v.d). Sanat eserinin yeniden üretimi ve aurasını yitirmesi; eseri, özgün eser için düşünülemez konum ve mekanlara getirerek, kitlelere sunmakta ve onların denetimine ve katılımına olanak tanımaktadır. Sanat eserinin biricikliğini ve hakikiliğini yitirmesi, aristokratik bir haz nesnesi olmaktan çıkmasını beraberinde getirmekte ve demokratikleşme olanağı sunmaktadır. Auranın kutsal ritüelden çözülmesiyle sanat politikaya açılma olanağı bulmakta ve demokratik mücadele için dolaylı bir katkı sağlamaktadır (Benjamin, 1991a: 460 v.d; 1991b: 370 v.d; 1991c: 380 v.d). Benjamin, sanat eserinin ritüel işlevinin kaynağı olan kutsallığını, kült değerini yitirmesini ve teknik olarak yeniden üretim ile geniş kitlelere erişebilmesini, demokratikleşme hareketi olarak kavramaktadır. Bu çerçevede fotoğraf, ilk gerçek devrimci yeniden üretim aracıdır ve anlamın yeni boyutlarına, genişlemesine ve dünyanın algılanmasına etki etmektedir.

Benjamin (1991a; 1991c), fotoğrafın yanında tiyatroya karşı olarak sinemayı incelemiştir. Tiyatro oyuncusunun, tiyatro sanat eserinin aurasını ürettiğini ve bunu bireysel olarak yaptığını düşünmüştür. Buna karşılık film oyuncusu, bireysel eyleminde özne olarak önemli değildir, önemli olan canlandırdığı sosyal tiptir; çünkü oyuncu tipinin esası, oyunculuk sanatında değil, teknik aracın diktesinin kabulündedir. Herkesin oynayabileceği oyunu oynayan oyuncu, auranın üretimi için yetkinliğini yitirmekte ve önemsizleşmektedir (Sander, Gross ve Hugger, 2008: 221). Bu çerçevede Benjamin (1991a: 455 v.d.), değişen kitle iletişim araçları içinde aura kavramını ve değişimini oyuncuyla ilişkilendirerek, açıklamaya çalışmıştır. Film oyuncusunun aurasını izleyiciye aktarma olanağını irdelemiş ancak yeniden üretilebilir bir sanat eseri olarak filmin, oyuncunun aurasını izleyiciye aktarmadığını söylemiştir. Bunun nedeni filme çekilenin araçsal olarak aktarılmasıdır. Kamera (araç) ve kurgucunun tasarımı da oyuncunun başarımında önemli bir rol oynamaktadır. Filmin gösteriminde izleyici, yalnızca araç aracılığıyla üretim sürecinde biçimlendirilen tutumu, olgu olarak kavramaktadır. Benzer şekilde izleyici, temsil edilen karakterin aurasına araç aracılığıyla filmin iletilmesi nedeniyle bir ölçüde erişebilmektedir. Bunun yanında oyuncunun temsil ettiği rolle özdeşleşmesi, sahnelerin kesitler halinde sunulması ve kronolojik olmayan çekim nedeniyle olası olmamaktadır. Auranın kaybolmasını film sermayesi, bir star kültü (tasarlanmış aura) yaratarak, gizlemeye çalışmaktadır. Bu yedek aura, meta karakterine sahip bulunmaktadır.

Sanatın en önemli görevleri arasında tatminin yaratılması yer almaktadır. Dadaizm toplumun bir zamanlar filmde aradığı efekti, resim ve edebiyat ile üretmek istemiştir. Dadaizm'de tüm zanaat araçlarıyla bir sanat eserinin özgün karakterinin alınması ve izleyicide fiziksel ve moral şok etkisi yaratılması amaçlanmıştır. Benzer şekilde Benjamin (1991a: 458v.d;1991c: 380 v.d) de filmin kitleler üzerinde şok etkisi yarattığını düşünmüştür. Resimlerin hızlı değişmesi nedeniyle izleyici kendisini çağrışımlarına bırakamamaktadır; çünkü dolaysız olarak bir durum ve o durumun yarattığı çağrışımla yüzleşmek zorunda kalmaktadır. Modern filmler, hızlı kesitler sunmakta ve resimde nesnelere hareketliliği giderek hızlanan ve mükemmelleşen kamera hareketleri ile ivme kazanmaktadır. Bu el kamerasının resim estetiği tarafından artırılmaktadır. Çağrışım sürecinin düzenli olarak kesintiye uğraması, hızlı değişen ve hareket eden resimler, şok etkisi yaratmaktadır; bu insan kolektifliğinin varlık ve insanın kendini algılama esaslarının değişimi ile birlikte gerçekleşmektedir.

Sinema kolektif bir çabayla üretilmektedir. Sinema oyuncusu doğrudan doğruya bir seyirci kitlesine yönelmemekte, rolünü arkasında bir uzmanlar heyeti bulunan bir aracın önünde, deneme çalışması olarak sunmaktadır. Benjamin, filmin ayırt edici özelliği olan eşzamanlı kolektif alımlamada, kahkahalarda ve şok etkisinde, izleyici kitlesinin alımlama sırasında kendi kendisini örgütlemesinin ve denetlemesinin ilk adımlarını görmüştür (Witte, 2002:132). Benjamin'in yaklaşımı filmi, izleyicinin oyuncuyla özdeşleştiği tiyatronun aksine, seyircinin kamerayla aynı konumu aldığı yeni bir sanat tekniği olarak görmektedir. Bunun iki anlamı vardır. Birincisi, beklentilerin aksine, izleyici bir filmi izlerken oldukça etkin bir rol oynayabilmektedir; ikincisi, film algı alanını değiştirebilmektedir (Lechte, 2006: 358). Benjamin (1991a; 1991c), toplumsal anlamından dolayı filmi, kültür mirası alanında geleneksel değere sahip olanın tasfiye edilmesinin en güçlü temsilcisi olarak kavramakta ve böylece sanat eserinin o zamana kadar yapıldığı gibi gelenek içine yerleştirilmesine son verildiğine işaret etmektedir.

Benjamin, en güçlü araç olarak filmi görmektedir; çünkü film yeni bir nitelik getirmektedir. Film yalnızca biricik olanın çoğaltılmasına değil aynı zamanda onun farklı bir algılamaya mekanında ortaya konulmasına da olanak sağlamaktadır (Schwering, 2007: 134). Film, insanların dünyayı nasıl gördüklerini ve nasıl hareket ettiklerini de değiştirmektedir. Film endüstrisi, kitleleri hayali tasarımlarla ve iki anlamlı spekülasyonlarla iğneleyen her şeye ilgi duymaktadır. Ancak tonu film sermayesi verdiği sürece devrimci kazanım sağlanması pek olası değildir. Benjamin, filmin güçlülerin lehine sansür edilmesini eleştirmiştir. Bununla birlikte film, tüm sanat alanlarına yayılan ve farkındalığın değişimini derinlemesine yakalamanın semptomu olan dağıntık algılamaya anlamına da gelmektedir (Benjamin, 1991a: 460 v.d). Ancak farkındalık, edilgen alımlamaya karşı etkin düşündürmedir; edilgen anlamsal algılamaya karşı kendiliğinden ve bilinçli düşünme faaliyetidir. Film böylece değişimin deneme aracı olmaktadır.

Benjamin (1991a; 1991c), kitle iletişim araçlarının politikayla ilişkisini de incelemiştir. Benjamin bu çerçevede film kapitalini ve faşizmi eleştirmiş; faşizmin, politikayı esteteze etme çabası içinde olduğunu düşünmüştür. Bunu faşist ideolojinin sanat eserini yeniden konumlandırma ve politik bağlam yükleme çabalarında görmesinin olası olduğunu söylemiştir. Faşizm kendi amaçlarıyla tutarlı olarak, politik yaşamı esteteze etmeye çalışmaktadır. Faşizm yeni oluşan, proleterleşmiş kitleleri, bu kitlelerin ortadan kaldırılmasını istediği mülkiyet ilişkilerine dokunmadan örgütlenme çabasıdır ve kurtuluşunu, kitlelerin kendilerini ifade edebilmelerini sağlamakta görmektedir (Benjamin, 1991a: 465 v.d; 1991c: 380 v.d). Faşizm şiddet ve barbarlığı, sanat yoluyla yüceltmektedir. Faşizmden kaçış çizgilerinin olanaklarını sunan sanat, faşizm tarafından kendine mal edilmeye çalışılmaktadır. Benjamin, faşizmin politik yaşamın estetikleştirilmesinin dışına taşıdığı düşünmektedir. Kitlelerin faşizm aracılığıyla tecavüze uğraması, faşizmin, kült değerlerin tasarlanmasında araç olarak kullandığı kameranın tecavüze uğramasına benzemektedir. Hiçbir şey kitlesel hareketleri kamera kadar ortaya koyamamaktadır. Bu yolla savaş, sanat eseri olarak bir filme kopyalanarak, esteteze olmayı deneyimlemektedir. Faşizm politikayı esteteze etmekte, komünizm ise, sanatı politikleştirerek, ona yanıt vermektedir. Benjamin, faşizmin oluşumunu ve topluma kendini kabul ettirmesini, modern toplumların kültür yaşamının kendi işleyişinden ve işlevlerinden yararlanarak gerçekleştiğini düşünmüştür. Faşizm, modernleşmeyi tutuklamış bulunan modern dönemdeki toplumların beklenmedik bir anda karşılaşacağı dıştan gelen bir tehlike değil; modern toplumun yaşamının kendi oluşturucu öğelerinden kaynaklanan bir olgudur. Bu öğeler iki grupta toplanabilir. Yaşamın esteteze edilmesi ve bilimin ve teknolojinin doğal gelişmesinin önünün kapatılması. Böylece, organik olanın üzerinde ölüme yönelik bir sulta kurması, yaşamın kendisi üzerinde etkide bulunabilmek, yaşamı özgürce biçimlendirebilmek olanaklarından soyutlanan modern toplum insanı, faşizm olgusu henüz ufukta gözükmediği zamanlarda dahi, faşizmin oluşturucu temelleri üzerine kurulmuş bir yaşamın ve bu yaşamı süregelen kılan bir yaşama uslubunun içinde kalmaktadır (Oskay, 1995: 49).

Benjamin'in (1991a; 1991c) çalışmasında teknik araçlar üzerinde odaklanmasının, kültür

kuramından medya kuramına yönelmesini beraberinde getirdiği görülmektedir. Benjamin çalışmasında; sanat eserinin, estetik niteliğindeki temel dönüşümü analiz etmekle birlikte bu dönüşümün politik analizini de gerçekleştirmektedir. Geleneksel eser kavramıyla bağlarını kesin olarak koparan bir estetik kuramın kategorilerini ortaya koymakta; sanatı, Antik Çağ'dan günümüze kadar kökten yola çıkarak, tanımlamaktadır. Düşüncelerini ne kadar devrimci olarak ifade etmiş olsa bile düşüncelerinin temelinde toplumsal değişikliklerin ayrıcalıklı aracının sanat olduğuna ilişkin aydınlanmacı bir iyimserlik yer almaktadır. Benjamin, içeriği ve biçimi ilk kez tamamen teknik yeniden üretim araçları tarafından belirlenen sinema örneğinde, sanatsal üretim ve alımlama biçimindeki radikal dönüşümü çözümlenmektedir (Witte, 2002: 131,132).

Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) sinemanın, radyonun ve tiyatro oyunlarının Nasyonal Sosyalistlerin etki alanına yönlendirdiği kitleleri, tekniğin demokratikleştirici potansiyeline vurgu yaparak, edilgen konumdan çıkarıp, etkinleştirmeye çalışmış; tüm insanları, edebiyatın ve filmin üreticisi olmaya çağırıştır. Öteki üreticileri üretime yönlendirebilen ve iyileştirilmiş bir aracı, bu üreticilerin emrine sunabilen bir üretimin model oluşturan karakteri belirleyicidir. Bu araç, tüketicileri üretime ne denli yönlendirebiliyorsa, okurlardan ve izleyicilerden ne denli katılımcı alabiliyorsa o denli iyidir. Yazar ve okur kitlesi arasındaki düşünsel ayrım, temel karakterini yitirmek üzeredir. Bu ayrım duruma göre başka türlü işleyen bir ayrım olacaktır. Okur, her zaman bir yazar olmaya hazırdır (Benjamin, 1991b: 382; 1991a: 455). Herkes yazabilmelidir; toplumsal çatışmalar ve de insanla doğa arasındaki karşıtlık artık şiddet yoluyla değil, yazmanın rasyonel tartışımı ile çözümlenebilecektir. Böylece, şiddet içermeyen bir cennete ilişkin teolojik umut, sanat yapıtının örgütleyici işlevinin geliştirilmesinde, en aşırı, radikal bir biçimde dünyevileştirilmiş biçimini almaktadır (Witte, 2002: 133). Benjamin yaratıcılığın, dahiliğin, sonsuzluğun ve gizliliğin değerlerinin denetimsiz kullanımının ve politikanın estetize edilmesinin, faşist anlamda gerçek materyalin yayılmasına neden olacağını düşünmekte ve bu nedenle estetiğin politize edilmesini öngören proleteryanın sanatını talep etmektedir. Bu sanatta, burada olanın, şimdinin ve gerçekliğin mutlak ölçüsünün özgün ilkelerinin, sanat üretiminde geçerli olduğu anlamına gelmektedir. Böylece sanat kendisini paraziter varoluştan kurtarabilecek ve eşitleyerek, politik olarak ifade edebilecektir.

Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c), sanat eserinin aurasını yitirishinin kitlelerin katılımını sağlayarak, toplumun demokratikleşmesine katkıda bulunacağı düşüncesi, Frankfurt Okulu'nun temsilcileri Adorno ve Horkheimer (1997: 80 v.d) tarafından eleştirilmiş ve sanat eserinin aurasını yitirmesi, kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde analiz edilerek, tekniğin demokratikleşme gücünün içinde bulunduğu ekonomi sistemiyle ilişkili olduğu belirtilmiştir. Adorno ve Horkheimer, gerçek sanat eserinde; özgünlük, teklif, karmaşıklık, uygunsuzluk ve negatifik gözlerken ve toplumla ve toplumun egemen yorumuna karşı bir gerilim ilişkisi belirlerken, kitlesel sanat eserlerinde egemen sınıfın çelişkilerini ve sorunlarını gözlemlemiştir. Adorno ve Horkheimer için gerçek sanat eseri, eleştirinin ve direncin bir aracıdır; kitleleri ideolojiden ve mitten uzaklaştırmakta ve bu nedenle de aydınlatıcı, insancıl, eğitici ve eşitlikçi bir perspektife sahip bulunmaktadır. Kitle endüstrisi ürünleri ise, Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) ileri sürdüğü gibi demokratikleştirici bir potansiyele sahip bulunmamakta aksine kapitalist endüstriyel üretim esaslarına göre üretilmekte ve standartlaşma, banallaşma ve konformizm yönelimine ve meta karakterine sahip olmakta ve değişim değerine indirgenmektedir. Kültür ve medya endüstrisi, kapitalist ekonomi ve toplumsal sistemin yeniden üretimi için belirleyici öneme sahip bulunmaktadır. Kitle kültürü bir yandan egemen toplumun meşrulaştırılmasına diğer yandan ise, tüm toplumsal çelişkilere rağmen bireyin topluma entegrasyonuna hizmet etmektedir.

Adorno ve Horkheimer'in (1997) eleştirilerine rağmen Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) tüm insanları, edebiyatın ve filmin üreticisi haline getirme ve yazar olma çağırısı, daha sonraki yıllarda gerçekleştirilen Eylem ve Katılım Yönelimli ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları için ilk örnek olarak kabul edilmektedir. Benjamin'in bu yaklaşımı, edilgen medya alımlayıcısı yerine etkin medya

üreticisi tasarımına yönelinen ve alımlayıcının amaçlarının ve gereksinimlerinin medya içeriklerinin şekillendirilmesine etki etmesine ve estetik deneyiminin geliştirilmesini öngören (Hug, 2002:192 v.d) Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisinin yönelimleri için bir temel oluşturmaktadır; çünkü eylem ve katılım yöneliminin önemini vurgulayan, bilgi kazanımını ve gereksinimlerin medyaya eklenmesi ile medyanın eylem ve davranışların değiştirilmesi için kullanılmasını öngören Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997; Schorb, 1995), Benjamin'in üzerinde odaklandığı fotoğraf, film ve radyo çalışmalarındaki yönelime benzer şekilde insanların kitle iletişim araçlarını nasıl kullandığı üzerinde odaklanmakta; fotoğraf ve video projeleri, radyo yayınları yayınları ya da internet odaklı projeler gibi az ya da çok politik yönelimi olan çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır (Hüther ve Podehl, 1997: 125 v.d). Benjamin'in geniş kitlelerin medya içeriklerinin üretimine katılımının sağlanmasını amaçlaması, Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi tarafından da benimsenerek, toplumun demokratikleşmesinin temel koşulları arasında kabul edilmiştir.

Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) analizlerinde; sanat eserinin üretiminin ve tüketiminin teknik koşullarının yanında ekonomik ve politik bağlamına ve koşullarına da yer vermesi ve demokratik bir toplumun oluşturulmasında bireysel etkin katılımın önemini vurgulaması, Etkin Medya Çalışmaları için de yol gösterici olmuştur. Etkin Medya Çalışmaları; bireysel ve demokratik katılım için ergin alımlayıcının oluşturulması, alımlayıcının teknik resimler, görsel semboller ve kodlar üzerinde düşünmesi, metin içeriğini geliştirme ve şekillendirme olanaklarını araştırması (Schell,1997:9 v.d), kitle iletişim teknolojisinin ulusal ve uluslararası ekonomik, politik, kültürel, hukuksal ve etik açıları bilmesi ve eleştirel olarak sorgulamasını amaçlamaktadır. Etkin Medya Çalışmaları, bireylerin medyayla ilişki kurmalarını, öğrenme ve deneyim edinme olanaklarının genişletilmesini amaçlamaktadır. Medya bireysel durumu, çıkarları ve sorunları toplumun içinde bulunduğu duruma ve sorunlara eklemeye yarayan bir araç olarak görülmektedir. Varolan ortak sorunlar ve ilgiler, başkalarıyla tartışma ve iletişim kurma olanağı vermektedir. Belirli bir medyanın seçilmesi içeriğe, iletişim amacına, hedef kitleye ve üretimin çerçeve koşullarına bağlıdır. Ortak üretim, bir konu ya da sorunla uzun bir süre yoğun ve yansımali olarak ilgilenilmesini, ortak çalışma süreçlerinin planlanmasını, planların ve dayanışmacı eylemlerin gerçekleştirilmesi gerektiğini öğretmektedir. Bu çerçevede Etkin Medya Çalışmalarının geliştirilmesinde; Benjamin'in (1991a; 1991b; 1991c) etkileşime dayalı iletişimsel süreçleri desteklemesi, topluma katılımın sağlanmasını amaçlaması ve yazar ve okur kitlesi arasındaki düşünsel ayrımı ortadan kaldırarak, okuru aynı zamanda yazar olarak kavramaya yönelik bakış açısının etkili olduğu görülmektedir.

3-Hans-Magnus Enzensberger: Medya Kuramı Üzerine Bir Yapı Kutusu

Materyalist Kuram temelli Eleştirel Kuramın temsilcilerinden Enzensberger¹¹, Frankfurt Okulu'nun temsilcileri Adorno ve Horkheimer'in (1997) kültür endüstrisine yönelik düşüncelerine dayanarak, elektronik medyayı ve bilinç endüstrisini irdelemiş ve topluma etkilerini¹² belirlemeye çalışmıştır. Enzensberger (2002), medyanın toplum ve ekonomi için anlamını, yeni teknik gelişmeler ve bu gelişmelerin sağladığı olanaklar çerçevesinde ele almış; "Medya Kuramı Üzerine Bir Yapı Kutusu" başlıklı çalışmasında, Brecht'in (1967) Radyo Kuramı ve temel kabulleri üzerinde odaklanmış, kendi yaşadığı dönemin medyasının durumunu, Brecht'in düşüncelerine de dayanarak, analiz etmiş ve toplumsal eleştiri yaparak, toplum ile medya arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan bir model geliştirmeye çalışmıştır.

11 Hans- Magnus Enzensberger, 1929 yılında Almanya'da Kaufbeuren'de dünyaya gelmiş; Erlangen, Hamburg ve Paris'te felsefe ve germanistik öğrenimi görmüştür. Alman edebiyatına lirikçi ve essayist olarak değerli katkılarda bulunmuştur. Medya araştırmaları ve medya eleştirileri ile iletişim bilim dalı üzerinde çalışmış; Kursbuch ve TransAtlantik dergilerini, Reihe Die andere Bibliothek ciltlerini çıkarmış, eserlerinde politik düşüncelerini yansıtmıştır. Enzensberger, Stuttgart'da radyo redaktörü olarak da çalışmıştır

12 Enzensberger, Almanya'da yayınlanan bulvar gazetesi Bild Zeitung'u, bir kitle kültürü ürünü olarak analiz etmiştir.

Enzensberger (2002: 272 v.d) çalışmasında; Brecht'in (1967), Radyo Kuramına atıfta bulunmakta ve medyanın bir kullanım ve üretim aracı olması gerektiğini söylemektedir. Medyanın yalnızca tüketim aracı olarak kavranması yanlıştır. Medya ilkesel olarak her zaman bir üretim aracıdır, kitlelerin elinde toplumsallaştırılmış bir üretim aracıdır. Elektronik medyada ilkesel olarak üretici ile tüketici arasındaki karşılıklı için değildir; bu daha çok ekonomik ve yönetsel önlemlerle yapay olarak iddia edilmektedir. Medya, tüketim amacına değil toplumsallaşmaya ve kitlelerin elinde üretime hizmet etmelidir. Ancak medya, ekonomik ve yönetsel amaçlarla kullanılabilen ve üretici olarak kullanımı engellenmektedir. Bugünkü biçimiyle televizyon ya da film gibi araçlar, iletişime değil onun engellenmesine hizmet etmektedir. Bu araçlar, gönderici ile alımlayıcı arasında karşılıklı etkileşime olanak sağlamamaktadır. Aracın dağıtım aracından, bir iletişim aracına dönüşmesi, teknik bir problem değildir. Bu dönüşüm bilinçli olarak politik nedenlerle engellenmektedir. Gönderici ile alımlayıcı arasındaki teknik ayrım, bilinçaltı endüstrisinde özel bir politik gerginlik deneyimleyen üretici ile tüketici arasındaki toplumsal işbölümünü yansıtmakta ve egemen olan ile egemen olunan sınıf arasında temel çelişkiye dayanmaktadır.

Enzensberger (2002: 265), o güne kadar bastırılan ve susturulan ancak gününü bekleyen elektronik medyanın ortaya çıkan sırrının, harekete geçirici gücü olduğunu söylemektedir. Enzensberger, elektronik medyaya büyük bir harekete geçirme potansiyeli atfetmekte ancak kitlelerin harekete geçmesini, politika aracılığıyla bir nesnenin hareketi olarak görmemekte aksine insanların kendi kendilerine örgütlenerek, harekete geçmeleri olarak ifade etmektedir. Kitlelerin harekete geçebilmesinin bir koşulu olarak Brecht'in (1967), Radyo Kuramında da ortaya koyduğu gibi uzun bir süredir varolan tekniğin ve toplumun geri besleme olanaklarının genişletilmesinden yararlanılmasını önermektedir. Ancak iletişimin tek yönlülüğünü, teknik değil, toplumsal bir problem olarak kavramakta ve bu problemin egemen sınıf ile egemen olunan sınıf arasındaki çelişkiler nedeniyle çözülmesini kolay görmemektedir.

Enzensberger (2002), elektronik medyanın gelişimi ile birlikte merkezi denetimin olanaksız olduğunu söylemekte ve bu bağlamda George Orwell'in Bin Dokuz Yüz Seksen Dört¹³ adlı kitabında ortaya koyduğu toplumu teknoloji ile sıkı denetim altına alan siyasal sistem tasarımını irdelemekte ve Orwell'in monolitik bilinç endüstrisi tasarımını ve diyalektik olmayan eskimiş medya anlayışını eleştirmektedir. "Orwell'in monolitik bilinçaltı endüstrisine ilişkin dehşet resmi, diyalektik olmayan mutlak bir medya anlayışı yaratmaktadır. Böyle sistemlerin merkezi kurumlar tarafından mutlak kontrolü, geleceğe değil, geçmişe aittir" (Enzensberger, 2002: 266). Enzensberger (2002: 266 v.d), Sovyetler Birliği'nde siyasal iktidarın, herkesin basım olanağına erişmesine olanak sağlaması nedeniyle elektrostatik çoğaltma yöntemlerinin kullanımını yol açabileceği politik sonuçları nedeniyle engelleme çabalarından söz etmekte, kitle iletişim araçlarına erişimin, mülkiyetin ekonomik ve politik elitlerin elinde bulunduğu batılı serbest pazar ekonomisine sahip kapitalist ülkelerde bu ölçüde sınırlandırılmadığını düşünmektedir. Orwell'in tasarladığı monitörün başarılı olması için gözetleme sisteminin, sistemin kendisinden daha büyük olması gerektiğini söylemekte ve baskıcı bir siyasal rejimin kendisini, medya örgüsü içine giren, orada çoğalan ve gelişen rahatsız edici faktörlere karşı koruyamayacağını belirterek, medyanın özgürleştirilmesi halinde demokratikleştirme potansiyele sahip olduğuna vurgu yapmaktadır.

Enzensberger (2002: 271 v.d), siyasal sistemin "medya manipülasyonu" aracılığıyla da varlığını sürdürmeye çalıştığını söylemekte ancak Eleştirel Kuram çerçevesinde "medya manipülasyonu" kavramı üzerinde odaklanılmasına rağmen yapılan eleştirilerin naif olduğunu ve yetersiz kaldığını belirtmektedir; çünkü üretim aracı, belirleyici olarak karşının elinde bulunmaktadır. Oysa egemen kitle iletişim araçlarının kullanımına karşı bir strateji geliştirilmesi gerekmektedir. Manipülasyon, verili materyale amaçlı ve bilinçli olarak teknik müdahale edilmesi anlamına gelmektedir. Toplumsal olarak dolsuz ve önemli bir müdahale söz konusuysa bu politik bir ebidir ve bunu bilinçaltı endüstrisinde ilkesel olarak görmek olasıdır. Medyanın her kullanımı, manipülasyonu

13 Georg Orwell, Bin Dokuz Yüz Seksen Dört. Çeviren: Nuran Akgören. Can Yayınları. Üçüncü Basım. 1994.

gerektirmektedir; medyanın manipülatif olmayan kullanımı olası değildir. Manipülasyondan kaçınmak olası olmadığından medyayı kimin manipüle ettiği ve üretim sürecinde ne kadar insanın yer aldığı sorularının yanıtlanması gerekmektedir; çünkü manipüle edilmemiş yazı, film ve gönderi yoktur ve problem medyanın manipüle edip, etmemesinden ziyade kimin medyayı manipüle ettiğidir. Enzensberger, Eleştirel Okul'un manipülasyon tezini, medya kullanıcılarını tamamen kurban olarak tasarladığı için eleştirmekte ve bu yaklaşımın sol çevrelere, karşıtın ileri derecede egemenliğini ve medyanın manipülasyonunu vurgulayarak, elektronik medyanın yeni gelişmeleri karşısında kendi zayıflığını, özel güçsüzlük deneyimini ve edilgenliğini gizleme olanağı verdiğini düşünmekte ve yeni medyanın devrimci potansiyelinin görülmesi gerektiğini belirtmektedir. Enzensberger (2002: 272 v.d), sol hareketin "medya tarafından dokunulmak" ve "sistem tarafından yutulmak" korkusuna sahip olduğunu ve sol eğilimlilerin, medya düşmanlığından ve karşı kültürün depolitize edilmesinden yalnızca sermayenin yarar sağladığını belirtmekte, tehdit edici üstün bir güç olan medyadan korkmak yerine ona karşı bağımsız hareket edilmesini önermektedir; çünkü medya manipülasyonu tezi, kendi kendinin güçsüzleştirilmesine yol açmaktadır. Bu yaklaşım, kitlelerin harekete geçirilmesi yerine kendi kendini izole etmeye ve medyanın aşırı güçlü tasarımına neden olmaktadır. Enzensberger, sol çevrelerin teknik gücün içinde yer alan tüm eşitlikçi momentleri perspektif olarak çeşitlendirmelerini ve stratejik olarak kullanmalarını, politik bir gereklilik olarak görmekte ve bu nedenle mülkiyet ilişkilerinin radikal değişiminin ötesinde daha geniş düşünülmesini istemekte ve sosyalist bir modele uyabilecek geleneksel kurumların yetkinliklerinden kuşku duyduğunu belirterek, medyanın üzerinde yeniden tartışılmasını önermektedir.

Enzensberger (2002: 273), çalışmasında, medya manipülasyonu eleştirilerinin yanında yeni medyanın eşitlikçi yapısını anlatmakta ve eğilimsel olarak yeni medyanın tüm eğitim ve öğretim ayrıcalığına ve burjuva anlayışının kültürel monopolüne sahip olduğunu söylemektedir. Yeni medya, yapısı gereği eşitlikçidir; basit bir işlemlerle herkes ona katılabilir; programlar gayri maddidir ve tercihe göre yeniden üretilebilir. Tarihte ilk kez medya, toplumsallaştırma pratiği aracının kitlenin kendi elinde bulunması nedeniyle toplumsallaştırma sürecine, kitlesel katılıma olanak sağlamıştır. Yeni medya, tinsel mülkiyeti ve maddi olmayan sermayenin sınıfa özgü aktarımını ortadan kaldırmaktadır. Yeni medya bu özellikleriyle sınıf karakterinin belirgin olduğu kitap gibi eski medyadan farklıdır; çünkü kitap gibi sansür edilebilir değildir. Kitap okuru, dilin biçimselliğinden dolayı yabancılaştırılmakta ve okuru, yazardan ayırarak, ikisi arasında karşılıklı etkileşime olanak tanımamaktadır. Enzensberger, radyo için ise, aynı zamanda ileti göndermenin ve almanın esaslı bir problem olmadığını düşünmektedir. Radyonun ilkesel olarak kitlesel iletişimi gerçekleştirme potansiyeline vurgu yaparak, kitlelerin kendi kendilerine örgütlenmelerini istemektedir.

Enzensberger (2002: 274), edilgen medya kullanımını örneklerle irdelemekte ve eşitlikçi medya kullanımı için düşünceler geliştirmektedir. Edilgen medya kullanımında; program merkezi olarak yönetilmekte, tek bir göndericiye karşı pek çok alımlayıcı bulunmaktadır. İzole edilmiş edilgen bireyler, tüketim davranışı içindedirler. Depolitizasyon vardır ve üretim uzmanlar tarafından denetim ise, mülkiyet sahipleri ya da bürokratlar tarafından yapılmaktadır. Buna karşılık Enzensberger'in önerdiği eşitlikçi medya kullanımında; programlar, merkezi olarak değil, yerel güçlerin katılımı ile üretilmektedir. Her alımlayıcı potansiyel bir göndericidir. Kitleler etkindir, geri beslemede bulunmakta ve etkileşim içinde yer almaktadır. Politik öğrenme süreci gerçekleşmekte ve kolektif üretime yönelmektedir. Denetim ise, örgütün kendisi tarafından yapılmaktadır. Yeni medya geleneksel olana değil etkinliğe ve yaşanan ana yönelimlidir. Burjuva kültürle zamansal ilişkisi ise, tamamen muhaliftir. Enzensberger, kolektif bir yapı tasarlayarak, yeni medyanın eşitlikçi özelliğini vurgulamak ve yeni medya teknolojisinin harekete geçirilmesi gereken eşitlikçi bir potansiyele sahip olduğunu düşünmektedir. Enzensberger için eşitlikçi medya kullanımı, birey için serbest zaman eğlencesi ve mutluluk değildir. Merkezîyetçi olmama, örgütlenme aracılığıyla toplumsal denetim, kolektif üretim ve aynı zamanda politik öğrenmedir (Moser, 2010: 48). Aptallaştırılmış işçi sınıfının medyadan yararlanamayacağı düşüncesi, savunma stratejisi uygulayan üreticilerin

reaksiyoner korunma iddiasıdır. Ancak bireylerin örgütlenmeleri gerekmektedir aksi halde toplumda medyanın yetkin kullanımı olası olmayacaktır. Özgür üreticilerin etkileşimi, kendi kendini yöneten kitlesel öğrenme sürecinde gerçekleşebilecektir (Enzensberger, 2002: 272).

Bu çerçevede Enzensberger (2002: 275 v.d), etkileşim ilkesine dayanan bir kitle iletişimi modeli geliştirmeye çalışarak, modelini, okur tarafından yazılan ve dağıtılan kitle gazetesi ve bir video ağı üzerinde politik olarak çalışan grup örnekleri ile somutlaştırmaya çalışmıştır. Kayıt cihazları, resim ve sekiz ya da onaltı milimlik kameralar büyük ölçüde ücrete bağımlı insanların elinde vardır. Ancak fotoğraf, sekiz ya da onaltı milimlik film çekmek için kameraya sahip olan bireyler, toplumdan izole oldukları sürece amatör olarak kalacaklar ve üretici olamayacaklardır. Toplumdan izole edilmiş amatörün ürettiği program, alımladıklarının kötü ve tekrar edilmiş bir kopyası olmaktadır. Bununla birlikte bu üretim araçlarının niçin kitlesel olarak işyerlerinde, okullarda, bürokrasinin müdürlüklerinde ve tüm toplumsal çatışma durumlarında kullanılmadığının sorulması gerekmektedir. Kitleler örgütlenerek, kendi kamuoylarını üretmeleri halinde günlük deneyimlerini güvence altına alabilecekler ve etkili dersler çıkarabileceklerdir.

Enzensberger (2002: 276) çalışmasında; tüketim terörü yaşandığı iddialarının doğruluğunu sorgulamakta ve bu durumun kapitalizmin yanlış gereksinimlerin sömürülmesinden beslendiğinin düşünülmesinden kaynaklandığını söylemektedir. Ancak bu ona göre yarı doğrudur; çünkü kapitalizm, yanlış gereksinimlerin sömürülmesine değil daha çok meşru gereksinimlerin yanıtlanmasına dayanmaktadır. Medya, toplumun yanlış ve kendisinin icat ettiği gereksinimlerini tatmin etmemektedir; çünkü medyanın karşı konulamazlığı derin gereksinimlerin elementar gücüne dayanmaktadır. Tüketim terörü varsayımı, kendilerini politik olarak aydınlanmış gören, sözde entegre olmuş burjuva önyargılarını içermekte ve küçük burjuvaziye karışmış ve ahlaksız proleteryaaya karşı ortaya konulmaktadır. Ancak medya tüketiminin çekici gücü yanlış geçimliğe değil aksine tamamen gerçek ve meşru gereksinimlerin neler olduğu konusunda kitlelerin yanıtlanmasına ve sömürülmesine dayanmaktadır. Bunun açıklanması ise, reklamın paraziter süreci göz önünde bulundurulmadan hükümsüz kalacaktır. Bununla birlikte reklamın paraziter süreci, kitleleri bu denli büyük çekicilik ile tüketime yöneltme gücünü açıklamaya yeterli değildir. Enzensberger, gereksinimlerin gerçekten giderildiğini görmek istemektedir. Ancak gereksinimlerin neler olduğunun yeterince bilinmediğini de söylemekte ve gereksinimlerin belirlenmesinin, sosyalist bir medya düzeninin yaratılması için göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamaktadır.

Enzensberger'in (2002) çalışması, eleştirel olarak değerlendirildiğinde; düşüncelerini Materyalist Kurama dayandırmakla birlikte üretim güçleri arasındaki karşıtıktan ziyade üretim ilişkilerine odaklandığı ve medya aracılığıyla bir kültür devrimi gerçekleştirilmesi üzerine bir tasarım geliştirdiği belirlenmektedir. Enzensberger, 60'lı yılların özgürlükçü ortamı içinde medya alımlaması irdelemelerini aşan bir kuramsal tasarım çerçevesinde medya toplumunda iletinin kaynağı ile alımlayıcı arasındaki ilişkinin tersine çevrilebilir olduğunu düşünmüş ve medyanın eşitlikçi kullanımını amaçlamıştır. Ancak medyanın kapitalist ekonomik sistem içinde faaliyet göstermesi, iletişimin devrimci potansiyelini engellemekte ve kitleleri baskı altında tutmaktadır. Kitle iletişim araçları monopolleştirilmekte ve kitleler yalnızca alımlayıcı olarak konumlandırılmaktadır. Kitlelerin gönderim monopolünü kırmaları ve kitle iletişiminden izole edilmekten kurtulmaları halinde bağımsız söylemin oluşturulması olanaklı hale gelecektir.

Enzensberger (2002: 264 v.d), uygulanabilir stratejiler üzerinde düşünmekte; elektronik medyanın simetrik kullanım olanaklarını incelemekte, eşit ve güçlü etkileşimi öngören bir medya modeli tasarlamaktadır. Kapitalist toplumlarda gözlemlenen edilgen alımlayıcının yerine eşitlikçi ve etkin alımlayıcı konulmasını amaçlamaktadır. Enzensberger, endüstri toplumlarının gelişiminin kaçınılmaz olarak enformasyon ve medya toplumuna geçişi beraberinde getireceğini düşünmekte ve kapitalist ekonomik sistem içinde elit medya üretiminin pazar ekonomisi yönelimli olacağını vurgulayarak, kolektif medya üretimini önermektedir. Merkezizetçi olmayan eşitlikçi medya

kullanımı, kitlelerin kendiliğinden örgütlenmesini ve içeriklerin kolektif üretimini gerektirmektedir. Enzensberger, insanların kitle medyasının sunumlarıyla mantıklı ilişki kurabilecek, manipülasyonu fark edebilecek, zengin sunumların içinden seçim yapabilecek, kendi haklarını bilecek ve gerektiği zaman bunu medya içeriklerine yerleştirebilecek konuma getirebilecek önermektedir. Politik ilişkilerin değiştirilmesini amaçlamakta ve manipülatörün, manipülasyonunu hedefleyerek, alımlayıcının, medya etkilerine karşı duyarlı olmasını ve iletişim süreçlerinin arka planını bilmesi konusunda yetkinleştirilmesini öngörerek, Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları için kuramsal bir temel oluşturmaktadır.

Alımlayıcının, medya etkilerine karşı duyarlı olması ve iletişim süreçlerinin arka planını bilmesi konusunda yetkinleştirilmesini öngören Eşitlikçi Medya Pedagojisi (Tulodziecki, 1998; Hüther ve Podehl, 1997), günlük medya kullanımının sistemleştirilmesini ve alımlayıcının özgürleştirilmesini amaçlamaktadır. İktidar sahiplerinin, egemenlik sağlama ve koruyucu uygulamaları konusunda kitlelerin bilinçlendirilmeleri, medyanın tamamen yönlendirildiği tezi ve tekelleşen medya gücünün çözülmesi gerekliliğinin vurgulanması, Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları temelinde, eşit haklara sahip bir toplumda, medya yapılarının demokratikleştirilmesi isteklerini yansıtmaktadır. Enzensberger'in (2002) çalışması yalnızca Eşitlikçi Medya Pedagojisi için değil bunun yanında Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997; Schorb, 1995) ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell, 1997) için de yol gösterici olmuştur.

Etkin bir alımlayıcı tasarımı yapan ve eylemle öğrenmenin önemini vurgulayan Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997; Schorb, 1995), Enzensberger'in (2002), her alımlayıcıyı potansiyel bir gönderici olarak kabul eden, etkileşim içinde kolektif üretime yönelimli ve politik öğrenme sürecinde denetimi kendisinin yaptığı tasarımıdır. Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları, alımlayıcıyı medyanın iletilerini olduğu gibi kabul eden edilgen bir kurban olarak değil aksine ders süreçlerinin de dışında deneyimlerini etkin ve yansımaları olarak işleyebilen, kendi düşüncelerini oluşturabilen, kendi gereksinimlerine ve tercihlerine göre karar verebilen bir özne olarak kavramaktadır. Bu nedenle de medya pedagojisinin bireyin eylem becerisini iyileştirebilmesi için onun önbilgilerini, düşüncelerini, durumsal koşullarını ve beklentilerini bilmesi amaçlanmaktadır.

1980'li yılların başından itibaren geliştirilen Etkin Medya Çalışmaları ile bireyin, Enzensberger'in (2002), de öngördüğü gibi medya içeriklerine eleştirel yaklaşması ve manipülasyonu karşı konulamaz olarak görmeyip, dayanışmacı çatışma çözme stratejileri geliştirmesi amaçlanmaktadır. Etkin Medya Çalışmalarının hedefi, tartışma ortamının yaratılması ve kendi çıkarlarının medyaya eklenmesi için sosyal gerçekliğe ilişkin diğer konularla da ilgilenilmesi ve böylece karşı kamuoyunun üretilmesi için medyadan yararlanılmasıdır. İstenilen medya içeriğinin yayınlanması, hedefe ne kadar ulaşılabilirdiğini, amaca ulaşmak için eleştirinin gerekli olduğunu, kendi sorunlarının ve durumunun başkaları tarafından da yaşanıyor olabileceğinin görülmesini sağlayacaktır. Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell, 1997: 9 v.d) kapsamında alternatif ve eleştirel medyanın faaliyete geçişinin yolları açılarak, karşı kamuoyu üretilmeye çalışılmış; semt gazeteleri yaygınlaşmış, radyo ve televizyonda açık kanal arayışları başlamış, video hareketleri ortaya çıkmış ve internette sosyal medya, geniş kitlelerin ilgisini çekmiş ve etkin kullanılmaya başlanmıştır. Bunun yanında okullarda ders programları yeniden şekillendirilmiş, çok yoğun olmamakla birlikte yeni medyadan okulda ders aracı olarak yararlanılma oranı yükseltilmeye çalışılmış (Bofinger, 2004: 13; Tulodziecki, 2000: 471), okul dışı gençlik eğitimi ve yetişkin eğitimi programları düzenlenmiştir. Etkin Medya Pedagojisi çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmalar, her ne kadar Enzensberger'in (2002) sosyalist bir siyasal sistem kurulması amaçlarına uygun değilse bile demokratik bir toplumun koşulu olarak öngördüğü etkin alımlayıcı tasarımına ve önerilerine uygun olmaktadır.

Sonuç

Eleştirel Kuram perspektifinden hareket eden Adorno ve Horkheimer (1997) tarafından yapılan çalışmalarda; kitle iletişim araçlarının ekonomik işlevi, politik yönelimler, az sayıda kitle iletişim örgütü tarafından yapılan realite tasarımı ve kitlesel olarak üretilen yanlış bilinç analizleri ağırlık kazanmıştır. Adorno ve Horkheimer'in kitle iletişim teknolojisinin içinde üretildiği ve kullanıldığı ekonomik sistem ve teknolojinin yapısı nedeniyle toplum üzerinde tahakküm kurduğu ve demokratikleştirme amacıyla kullanımının olası olmadığı ve dolayısıyla da geniş kitleleri, kitle iletişim araçları karşısında edilgen konumlandırışlarından farklı olarak Brecht (1967), Benjamin (1991a; 1991b; 1991c), ve Enzensberger (2002), eleştirilerini, kitle iletişim teknolojisinin tahakküm yaratıcı yapısı ve tek yönlü kullanımından ziyade bir ölçüde ekonomik ancak ağırlıklı olarak politik ve kültürel sistemin problemlerine yöneltmişler ve bu problemlerin giderek güçlendirilmesi gereken sivil toplum içinde çeşitli toplumsal kesimlerin kitle iletişim araçları aracılığıyla yaşam alanlarına katılımı ile giderilebileceğini ve böylece demokratikleşmenin sağlanabileceğini düşünmüşlerdir. Eleştirel Kuram perspektifinden yaptıkları çalışmalar ile medya pedagojisi çalışmalarını toplumsal tartışmaların biraz daha içine çekmişler; medya pedagojisinin, kültüre, yurttaşlık değerlerinin düşüşünün ötesinde yaklaşarak, eleştirel toplum çözümlmelerine yönelmeleri için yol göstermişlerdir. Böylece ekonomi ve politika, tüm işlevleri ve aktörleri sorgulayan toplum kuramıyla ilişkilendirilmiş; medya yalnızca kapitalist ekonomik sistemin bir ürünü olarak değil; aynı zamanda ideolojinin, bilincin ve çeşitli ilişkilerin üretim aracı olarak da kavranmıştır. Bu çerçevede Brecht (1967), Benjamin (1991a;1991b;1991c), ve Enzensberger (2002) tarafından Eleştirel Kuram perspektifinden gerçekleştirilen çalışmalar; Eşitlikçi Medya Pedagojisi (Tulodziecki, 1998; Hüther ve Podehl, 1997), Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi (Baacke, 1997; Schorb, 1995) ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell,1997) için yol gösterici olmuş ve onları etkilemiştir.

Brecht (1967), tiyatro pratiği ve kuramsal tasarımı ile 20.yüzyılın epik-diyalektik tiyatro anlayışını günümüze kadar etkilemiş (Uka, 1998: 377) ve epik tiyatro çalışmalarını temel alarak gerçekleştirdiği ve radyoyu, bir üretim aracı olarak belirleyen Radyo Kuramı çalışmaları, Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997; Schorb, 1995) ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell,1997) için öncü olmuş ve bu perspektiften yapılan çalışmaları etkilemiştir. Brecht (1967), radyonun bir değişim aracına dönüştürülebileceğini ancak bunun egemen toplumsal sistem tarafından engellendiğini düşünmüştür. İletişim teknolojisinin gelişimi ile birlikte kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve karşılıklı etkileşime olanak sağlayan dönüşümü göz önünde bulundurulduğunda; Brecht'in Radyo Kuramı'nın öngördüğü etkileşime dayanan toplum yapısı tamamen ütopyik olarak değerlendirilemez; çünkü günümüzde çok yönlü iletişim ağları kurulmuş, bilgilendirici siteler ve bilgi bankaları aracılığıyla bilgi ve enformasyon edinme, farklı siyasal eğilimlerin tartışılabilirdiği veya sıradan önemsiz ve anlamsız konuşmaların yapıldığı sohbet odalarına katılma, ürün ve hizmet satın almaya kadar pek çok olanak sunan internet aracılığıyla alımlayıcı iletileri, alımlayanı edilgen konumundan kendi iletilerini de iletebildiği göreceli etkin konuma yerleştirmiştir. Bununla birlikte Brecht'in öngördüğü gibi toplumsal devrimlerin gerçekleştirilmesi ve demokratik sistemin kurulması için kitle iletişim araçlarının karşılıklı etkileşime dayalı yapısı yeterli koşul olmamaktadır. Ulusal ve uluslar arası ekonomik ve siyasal sistemin yanında toplumsal ve kültürel yapı ve dini inançlar da bu süreçte belirleyici rol oynamayı sürdürmektedir.

Medyanın müdahaleci karakterini ve sanatı güçlendirmek isteyen Brecht'in (1967) yaklaşımı, Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) tarafından da paylaşılmıştır. Benjamin, Brecht gibi kitle kültürüne Frankfurt Okulu'nun diğer temsilcilerinden farklı olarak (Adorno ve Horkheimer,1997), daha olumlu yaklaşmış ve kitle kültüründe demokratikleşmenin potansiyelini görmüştür. Yeniden üretilmiş sanat eserinin, geniş kitlelere erişebildiğini ve onların kendilerini ifade etmelerine olanak sağladığını düşünmüş ve bunu modern sosyalizmin doğuşu ile ilintilendirmiştir. Benjamin,

ondokuzuncu yüzyıl modernitesi üzerinde odaklanmış ve kültür çalışmalarında yeni bir görme rejiminin izini sürmüştür. Dünya sisteminin egemen ideolojisi olan liberalizmin yüzyılında, dışsal otoritelerden özerkleşen görme duygusu da liberalleşmiştir. Kültürün görselleşmesi, fragmanlara bölünmeden doğan estetik, imgenin kurduğu egemenlik ve görmenin nesnenin temsilinden özerkleşmesi, bu modern görme rejiminin ana hatlarıdır (Mollaer, 2007: 239). Benjamin'e göre (1991a; 1991b; 1991c), sanat eserinin teknik aracılığıyla yeniden üretimi, sekülerleşmesini ve gizemini yitirmesini beraberinde getirmiştir. Ancak Benjamin için sanat eserinin estetiğinden ziyade faşizmin politikayı estetize etmesinin sonuçlarını önlemek ve sanatın politikaya açılması önem taşımaktadır. Benjamin, auranın yitirilmesini bir ölçüde olumlu karşılamakta, teknolojinin yeniden üretim çağında sanatın toplumsal işlevinin değiştiğini, ritüel işlevinden bağımsızlaşarak, politik bir perspektif kazandığını düşünmekte ve faşizmin politikayı estetize etmesine karşı sanatın politikleşmesini olumlamaktadır; çünkü sanat politikaya ve gündelik yaşama açılmazsa, politika, faşizmin estetize etme çabalarına terk edilmiş olacaktır.

Benjamin (1991a; 1991b; 1991c) bu çerçevede teknik aracılığıyla yeniden üretilen sanat eserinin toplumsal katılıma ve demokratikleşmeye katkıda bulunacağını öngörmekte ve tüm insanları edebiyatın ve filmin üreticisi haline getirme çağrısında bulunarak, Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997: 46 v.d.; Schorb, 1995: 184 v.d.) ile Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell, 1997) için kuramsal bir temel ortaya koymaktadır. Benjamin'in etkin alımlayıcı tasarımı, Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları ile Etkin Medya Çalışmalarında; bireye bağımsız bir şekilde yaşama mücadelesini öğretmek, konu ve süreç üzerinde düşünmek, deneyimlerini, bilgilenerek genişletmek ve duruma uygun eylem stratejisi geliştirerek, medya içeriklerini oluşturmak ve karşı kamuoyunu oluşturmak için yol gösterici olmaktadır.

Elektronik medyanın gelişimini, geç endüstriyel toplumların sosyo-ekonomik gelişim eğilimlerinde etkili gören Enzensberger (2002: 264) ise, Materyalist Kuram perspektifinden gerçekleştirdiği çalışmasında; kapitalist ekonomik sistemde monopolün, medya üretiminin kontrolünü üstlendiğini ve bu durumun toplumsal tahribat gücünü içinde gizlediğini düşünmektedir. Enzensberger, toplumun ve medya örgütlerinin yeniden yapılandırılmasını ve düzenlenmesini, medyanın tek yanlı yayınlardan kurtarılmasını ve kitleler için bir üretim aracına dönüştürülmesini önermektedir. Enzensberger, toplumda ve medya örgütlerinde gerçekleştirecek yeni yapılandırmalarla ve Brecht'in (1967) de öngördüğü gibi kitle iletişim araçlarının doğru kullanımı ile demokratik değişimin sağlanarak, toplumun bütünsel olarak dönüştürülebileceğini düşünmektedir. İktidar sahiplerinin, egemenlik sağlama ve koruyucu uygulamaları ve tekelleşen medyanın tamamen yönlendirilmesine karşı kitlelerin bilinçlendirilmelerini istemektedir. Medya yapısının demokratikleştirildiği ve bireylerin eşit haklara sahip bulunduğu bir toplumda, etkin katılım sağlanabilecektir. Varolan kapitalist ekonomik sistemdeki medya kullanımı ile eşitlikçi ve biraz da ütopyik olarak tasarladığı sosyalist medya kullanımı arasında ayırım yapan Enzensberger, tasarımı ile Eşitlikçi Medya Pedagojisi Çalışmaları (Tulodziecki, 1998; Hüther ve Podehl, 1997), Eylem ve Katılım Yönelimli Medya Pedagojisi Çalışmaları (Baacke, 1997; Schorb, 1995) ve Etkin Medya Pedagojisi Çalışmaları (Schell, 1997) için kuramsal bir temel oluşturmaktadır.

Ancak Enzensberger (2002), Brecht'in 1930'lu yıllarda ortaya koyduğu soruları, 1970'li yıllarda yenilediği için eleştirilmiş (Moser, 2010: 48) ve ilkesel olarak karşılıklı etkiye dayanan ütopyik bir iletişim ağı tasarladığı ileri sürülmüştür. Bununla birlikte 1970'li yıllarda karşılıklı etkileşime dayalı ancak ütopyik olarak görülen tasarımının günümüzde bir ölçüde gerçekleştirilebilmiş olduğu söylenebilir. Enzensberger'in, tasarladığı okur tarafından yazılan ve dağıtılan kitle gazetesi, günümüzde okurun etkin olduğu Radikal Gazetesi gibi geleneksel medyada, gazetelerin elektronik ortamdaki sunumlarında, haber portallarında ya da Facebook ve Twitter gibi sosyal medyada bir ölçüde gerçekleştirilebilmiştir. Ancak medyanın eşitlikçi kullanımı ve etkin katılım, Enzensberger'in öngörülerinde olduğu gibi sosyalist bir sistemin kurulması çerçevesinde değil

ağırlıklı olarak teknolojik gelişmeler ve teknolojik gelişmelerin sanal ortamda yarattığı elektronik ticaret olanakları nedeniyle bir ölçüde gerçekleştirilebilmiştir. Artık ekonomik ve teknolojik olanaklar, siyasal sistemin kitle iletişimi için belirlediği hukuksal temeller ve bilinen yabancı dil çerçevesinde isteyen bireyler, ulusal ve küresel enformasyon ve eğlenceye erişebilmekte ve kendi web sitesini oluşturabilmektedir. Aynı ülkede ya da farklı ülkelerde, sosyo-ekonomik ve demografik farklılıklar ve geniş toplumsal kesimler için fırsat eşitliği sağlanamamış olması ise, eşit ve etkin katılımın önündeki en büyük engeli oluşturmaktadır.

Günümüzde kitle iletişim teknolojisi önemli dönüşümler geçirmekle birlikte kitlelerin, kitle iletişim araçlarının içeriğinin üretilmesine büyük ölçüde katılımına olanak sağlayacak bir yapı henüz kurulamamıştır. Bunun nedenleri uluslar arası ve ulusal düzeyde medya sisteminde gözlemlenen yoğunlaşma, uluslar arası ve ulusal ekonomik sistem ile ulusal siyasal ve kültürel sistemin yapısıdır. Bununla birlikte günümüzde kitle iletişimi teknolojisinin özellikle de internet'in geniş kitlelerin etkileşime geçmelerine olanak sağlayacak yapıya bir ölçüde kavuştuğu kabul edilebilir. Günümüzde internet ortamında online medya ile alımlayıcı arasındaki mesafe bir ölçüde ortadan kalkmakta ve alımlayıcının içeriğe ilişkin düşüncesini iletmesi ve üretime katılımı olanaklı olmaktadır. Alımlayıcının asıl şekillendirme gücünün ise real yaşam açısından anlamlı olmayan tasarlanmış dünyada olanaklı olduğu görülmektedir. Sanal oyunlar, bireylere realiteye paralel bir dünya sunmakta ve bu dünyada bireyler, istedikleri hayali kimlikleri yaratarak, oyuna etkin katılabilmektedir. Bilgisayar ekranlarında gerçekleşen oyun dünyası, eğer kitleleşen sanat eseri olarak düşünülürse, kitlelerin artan katılım olanaklarıyla geleneksel izleyici konumunu aşmaları kabul edilebilir. Her alımlayıcı real yaşam için hiçbir anlam ve önem taşımayan tasarlanmış realitenin etkin ve yaratıcı bir parçasına dönüşmektedir. Ancak bunun arzulanan gerçek ve etkin katılımı sağlamadığı kesindir.

Günümüzde medya pedagojisi çalışmaları, ortaya çıkan ekonomik, teknolojik, politik ve kültürel gelişmelere paralel olarak 1960'lı ve 1970'li yıllarda gerçekleştirilen çalışmalardan farklı bir yönelim kazanmıştır. Yapılan araştırmalarda; medyanın teknik, pedagojik, politik ve ekonomik bağlantıları göz önünde bulundurulmakta, birey ve toplum ile medya arasındaki ilişki, bütünsel bir kavrayışı sağlayacak sorular ortaya konularak, analiz edilmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede yeni iletişim teknolojisiyle medyaya giderek daha çok bağımlı hale gelen bireyin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, günlük ilişkileri, özel iletişim çevresi ve serbest zamanı içindeki davranışları incelenmektedir. Bu çerçevede Eleştirel Kuram perspektifinden gerçekleştirilen çalışmaların, Medya Pedagojisi Çalışmalarına önemli etkisi olduğu belirlenebilir. "Materyalist medya kuramından etkilenen medya pedagojisi, medyaya yönelik eleştirel bir bakış açısının yanı sıra, sosyoloji yönelimli bilimsel bir yöntem, ideoloji eleştirisi yöntemi de kazanmış, eşit haklara sahip bireylerden oluşan bir toplum tasarısı kapsamında alt sınıflara yönelmişti" (Baacke, 1995: 177). Medya pedagojisi kuramları, ortak paydaları paylaşan çeşitli yaklaşımları içermektedir. Yeni yaklaşımlar, ampirik araştırmalara yönelmekte, etkin olarak konumlandığı bireyin medyayla ilişkilerini ve medya alımlamasını karmaşık bir süreç olarak kavramakta ve sosyal bilimler alanında yapılan araştırmaların sonuçlarına yönelerek, disiplinlerarası bir perspektife yönelmektedir.

Kaynakça

Adorno, Theodor; Horkheimer, Marcuse. (1997). *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

Alver, Füsün (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*. Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye'deki Gazetecilik Sistemi Ve Uygulamalarıyla Sınama Denemesi. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Aufenanger, Stefan (2004). "Medienpaedagogik". Heinz-Hermann Krüger; Cathleen Grunert (der.) içinde. *Wörterbuch Erziehungswissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag. 302-307.

Baacke, Dieter (1995). "Theorie der Medienpaedagogik". Roland Burkart; Walter Hömberg. (der.) içinde. Kommunikationstheorien. Wien: Wilhelm Braumüller Universitaets-Verlagsbuchhandlung Ges.m.b.H. 171- 190.

Baacke, Dieter (1997). Medienpaedagogik. Tübingen: Niemeyer Verlag.

Bauer, Thomas A.(1980). Medienpaedagogik. Einführung und Grundlegung. Wien / Köln / Graz: Wissenschaftliche Versandbuch-handlung und antiquariat Skulima.

Benjamin, Walter (1991a). "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Erste Fassung". R. Tiedemann ve H. Schweppenhäuser (der.) içinde. Walter Benjamin Gesammelte Schriften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 431–469.

Benjamin, Walter (1991b). "Kleine Geschichte der Photographie". R. Tiedemann ve H. Schweppenhäuser (der.) içinde. Walter Benjamin Gesammelte Schriften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 368–385.

Benjamin, Walter (1991c). "Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Dritte Fassung". R. Tiedemann ve H. Schweppenhäuser (der.) içinde. Walter Benjamin Gesammelte Schriften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 471–508.

Bofinger, Jürgen (2004). Neue Medien im Fachunterricht. Eine empirische Studie über den Einsatz neuer Medien im Fachunterricht an verschiedenen Schularten in Bayern. Donauwörth: Auer.

Brecht, Bertolt (1967). Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. Gesammelte Werke 18. Schriften zur Literatur und Kunst I. Frankfurt am Main: Suhrkap Verlag. 127-134.

Demiralp, Oğuz (2007). "Tuhaf Bir Çocuk". Walter Benjamin. Cogito. Sayı 52. Güz. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 69-77.

Enzensberger, Hans- Magnus (2002). "Baukasten zu einer Theorie der Medien". Claus Pias; Joseph Vogl; Lorenz Engel; Oliver Fahle; Britta Neitzel (der.) içinde. Kursbuch Medienkultur. Die massgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA. 264- 278.

Hahnengrep, Karl-Heinz (1992).Klett Lektürehilfe. Leben des Galilei. Stuttgart: Klett Verlag.

Hug, Theo (2002). "Medienpaedagogik - Begriffe, Konzeptionen, Perspektiven". Gebhard Rusch (der.) içinde. Einführung in die Medienwissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag. 189-207.

Hüther, Jürgen; Podehl, Bernd (1997). "Geschichte der Medienpaedagogik". Jürgen Hüther; Bernd Schorb; Christiane Brehm-Klotz. (der.) içinde. Grundbegriffe Medienpaedagogik. München: KoPaed Verlag. 116-126.

Knopf, Jan (1996). Brecht-Handbuch. Lyrik, Prosa, Schriften. Eine Aesthetik der Widersprüche.Stuttgart: J.B.Metzler.

Lechte, John (2006). Elli Çağdaş Düşünür. Yapısalcılıktan Postmoderniteye. Çeviren:Barış Yıldırım. İstanbul:Açılım Kitap.

Mollaer, Fırat (2007). "Walter Benjamin'i Çağımızda Tahayyül Etmek". Walter Benjamin. Cogito. Sayı 52. Güz. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 237-264.

Moser, Heinz (2010). Einführung in die Medienpaedagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Oskay, Ünsal (1995). "Walter Benjamin Üzerine". Ünsal Oskay (der.) içinde. Estetize Edilmiş Yaşam. Walter

Benjamin. İstanbul:Der Yayınları. 9-50.

Sander, Uwe; Gross von Friederike; Hugger, Kai-Uwe (2008). Handbuch Medienpaedagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schell, Fred (1997). "Aktive Medienarbeit". Jürgen Hüther; Bernd Schorb; Christiane Brehm-Klotz. (der.) içinde. Grundbegriffe Medienpaedagogik. München: KoPaed Verlag.9-17.

Schorb, Bernd. (1995). Medienalltag und Handeln. Medienpaedagogik in Geschichte, Forschung und Praxis. Opladen: Leske+Budrich.

Schwering, Gregor (2007). "Kino Debatten". Gebhard Rusch; Helmut Schanze; Gregor Schwering (der.) içinde. Theorien der neuen Medien: Kino-Radio-Frensehen-Computer. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag. 121-176.

Tulodziecki, Gerhard (1992). Medienerziehung in Schule und Unterricht. Bad Heilbrunn: Beltz Verlag.

Tulodziecki, Gerhard (1998). "Medienpaedagogik". Hans Dieter Erlinger (der.) içinde. Handbuch des Kinderfernsehens. Konstanz: Verlag UVK Medien. 535-545.

Tulodziecki, Gerhard (2000). "Vergleichende Zusammenfassung und Empfehlungen". Gerhard Tulodziecki; Ulrike Six (der.) içinde. Medienerziehung in der Grundschule. Grundlagen, empirische Befunde und Empfehlungen zur Situation in Schule und Lehrerbildung. Opladen: Leske + Budrich. 459-484.

Uka, Walter (1998). "Theater". Werner Faulstich (der.) içinde. Grundwissen Medien. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag. 358-410.

Wermke, Jutta (2001). "Medienpaedagogik". Helmut Schanze (der.) içinde. Handbuch der Mediengeschichte. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag. 140- 157.

Witte, Bernd (2002). Walter Benjamin. Çeviren: Mustafa Tüzel. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.

Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarasılığı ve Disipliner Ayrırımları Yeniden Düşünmek

Koray Değirmenci¹

Özet

Disiplinlerarasılık giderek daha da popüler ve yaygın hale gelen kuramsal ve pedagojik bir yaklaşım ve akademik pratikler bütünüdür. Disiplinlerarasılık belirli kuramsal, pedagojik ve kurumsal faaliyetlerin genel adı olmakla birlikte, aslında disiplinler ayrırımlara radikal bir etki yapmış ve farklı disiplinlerin kendi epistemolojik ve yöntemsel sınırlarını yeniden tanımlamasına yol açmıştır. Aynı zamanda disiplinlerarasılık, kendi sembolik ve kurumsal sınırlarını yer yer katı hatlarla çizmiş akademik cemaatlerin yapısını da kökten bir biçimde etkilemektedir. Bu çalışmada, giderek daha da popüler ve etkili bir hale gelen disiplinlerarasılık kavramı disiplinler ayrırımların görece uzun tarihi bağlamında tartışılacak, kavramın farklı tanımları ve farklı bağlamlarda kavram üzerine sorunsallaştırmalar eleştirel bir analize tabi tutulacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Disiplinlerarasılık, Disipliner Ayrırımlar, Postmodernizm, Sosyal Bilimler, Metodoloji.*

Revisiting The Issue of Inter Disiplinaryity and Disiplinary Distinctions in Social Scienes

Abstract

Interdisciplinary depicts a theoretical and pedagogical approach and a set of academic practices that has been increasingly more popular and widespread. Being more than a general term describing theoretical, pedagogical and institutional activities, interdisciplinary has radically altered the conception of disciplinary distinctions and caused various disciplines to redefine their symbolic and methodological boundaries. Moreover, academic communities are on the way of changing their symbolic and institutional territories, very solidly defined at times, upon influence of interdisciplinary. This article focuses on the concept of interdisciplinary with respect to the relatively long history of disciplinary distinctions and attempts to critically analyze the various definitions of and problematic points regarding the concept.

Keywords: *Interdisciplinary, Disciplinary Distinctions, Postmodernism, Social Sciences, Methodology.*

¹ Yrd. Doç. Dr. Erciyes Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi.

Giriş

Disiplinlerarasılık, kavram olarak ilk ortaya çıktığı dönemde basitçe farklı disiplinlerin yöntem ve bilgi birikimini bir araya getirme yoluyla daha etkin ve verimli bir eğitim metodunu tariflemekteydi. Ancak bu yaklaşım, sağladığı çok perspektiflilik aracılığıyla zamanla farklı disiplinlerin epistemolojik kabullerini ve bilgi edinme yollarını sorgulamasına yol açmış ve radikal birtakım dönüşümlere sebep olmuştur. Dahası, disiplinlerarasılık sadece günümüz akademisi açısından değil, iş dünyası ve farklı profesyonel alanlarda da neredeyse bir anahtar sözcük haline almıştır. Üniversitelerde giderek yaygınlaşan disiplinlerarası programlar ve farklı akademik pratiklerde giderek etkisini ve önemini artıran disiplinlerarası yaklaşımla beraber, disiplinlerarasılık çağdaş eğitim ve yaklaşımlarda olumlanan bir nitelik haline gelmiştir. Ancak terimin çoğu kere kavramsal bir karışıklık yaratacak biçimde kullanıldığını ve basitçe farklı uzmanlık alanlarının yanyana getirilmesi şeklinde algılandığını görüyoruz. Diğer yandan, disiplin nosyonunun tanımı gereği kavramın belirli bir uzmanlık ya da uzmanlaşma pratiğini öngördüğü ve özellikle kurumsal düzlemde aynı uzmanlaşma pratiği ile beraber 'disiplinlerarası disiplinler' oluşturma eğiliminde olduğu da bir gerçektir. Bu, özellikle kurumsal anlamda kökleşmeye başlamış kültürel çalışmalar veya iletişim gibi alanlar için hayli doğru bir gözlemdir. Ancak disiplinlerarasılığın temel mantığı anlaşıldığında, bunun ancak görünüşte bir çelişki olduğu, disiplinlerarasılığın basitçe farklı disiplinleri, bu disiplinlerin sınırlarını ortadan kaldırarak yan yana getirmek olmadığı anlaşılacaktır. Bu yazının amacı sosyal ve beşeri bilimlerin disiplinlere ayrılmasının görece uzun tarihi ışığında, disiplinlerarasılığı sorunsallaştırmak, disiplinlerarasılık nosyonunun nasıl ortaya çıktığını ortaya koymak ve geleneksel disiplinler ayrılımlarının sorgulanmasının somut bir pratiği olan disiplinlerarasılığın ortaya çıkardığı kurumsal saptamaları ortaya koymaktır.

1. Sosyal Bilimlerde Disipliner Ayrım

Disiplin terimi kavramsal olarak hiyerarşi ve iktidar nosyonlarıyla doğrudan ilişkilidir. Latince dis-ciplina sözcüğünden türeyen disiplin, öğrenme sürecinde bir tür usta-çırak ilişkisine gönderme yapmakta ve zorunlu olarak "bazılarının sahip olup bazılarının sahip olmadığı uzmanlaşmış ve değer atfedilen bir bilgi türünü ima etmektedir" (Moran, 2010: 2). Disiplin terimi bir anlamda belirli bir katılığı, hatta Frank'ın (1988: 100) deyiimiyle "paslanmaz çelik bir sandık içinde" muhafaza edilmişliği anlatmaktadır. Ancak disiplin kavramına yönelik etimolojik çaba, elbette ki kavramın epistemolojik ve ontolojik varsayımlarını, modern bilgi oluşum sürecindeki yerini ve kurumsal arka planını anlamamızı sağlamamaktadır. Bu çıkış noktalarını anlamak için disiplinler arasındaki ayrımların hangi temelde oluştuğuna bakmak gerekmektedir. Bu anlamda disiplinlerarası yaklaşım ve disiplinler arasındaki ayrımların ortaya çıkışı üzerine en popüler ve temel metinlerinden birisine dönmekte fayda var. Gulbenkian Komisyonu'nun Sosyal Bilimler'in yeniden yapılandırılması gibi iddialı bir misyonu yüklenen 1996 tarihli raporu (Wallerstein, 1996) aslında sosyal bilimlerde bir süredir somutlaşmış disiplinlerarası eğilimin geç kalmış bir manifestosu niteliğindedir. Disipliner ayrılımları, Avrupa evrenselciliğini ve yönlemsel pozitivizmi topyekün reddeden bu manifesto, bilimsel bilginin çoğulcu bir temelde birleştirilebileceği yönünde bir inancı güçlendirmeye çalışmaktadır. Rapor temelde doğa bilimleri ile sosyal bilimlerin arasındaki ayrımı tarihsel olarak takip ederek sosyal bilimlerin bugüne değin yaşadığı disiplinler bunalımının da izlerini sürmemize yardımcı olmaktadır.

Sosyal bilimlerin doğa bilimlerinden kesin olarak ayrılma sürecini gözlemek için felsefenin doğa bilimleri karşısındaki konumunu anlamak gerekir. Bu ayrılma sürecinden çok önce bugün idografik ve nomotetik olarak tanımladığımız alanlar seküler hakikatin keşfinde birer ortak olarak görülmekteydi. Ancak ampirik ve deneyci bilimsel pratik hem kurumsal hem de yaklaşım olarak giderek baskın bir yer aldıkça, felsefe doğa bilimcilerine neredeyse teolojinin yerini alan bir uğraş olarak gözükte. Bu bakış açısından felsefe test edilemeyen a priori savlarla işlemekte ve bu baskın bilimsel paradigmanın burun kıvrıldığı bir konuma indirgenmekteydi. Dolayısıyla 19. Yüzyıldan

başlayarak bilginin iki alana bölünmesi bu alanların seküler hakikatin kavranmasındaki ayrı ancak eşit konumunu ortadan kaldırdı ve bu eşitlik yerini bir hiyerarşiye bıraktı. Bu hiyerarşi kesin bilgi (bilim) ve hayal edilen hatta hayali bilgi (bilim olmayan) arasında hiyerarşik bir sınıflandırma oluşturdu. Nihayet 19. Yüzyılın başında bu hiyerarşi dilsel olarak da somutlaştı. Bilim terimi artık doğa bilimleri ile özdeşleşti (Wallerstein, 1996: 5).

Ancak disiplinlerin ayrışması sürecinde sosyal bilimlerin beşeri bilimler karşısındaki konumunu da belirtmek gerekir. 19. Yüzyıl boyunca ortaya çıkan birçok farklı disiplin kendisini farklı epistemolojik konumlarda var etmiştir. Bir uçta ampirik olmayan ve soyut matematik ve onun yanında doğa bilimleri (fizik, kimya, biyoloji), diğer uçta ise beşeri bilimler (felsefe ve sanatsal aktivitelerin tarihini ortaya koymaya çalışan edebiyat, heykel, resim, müzikoloji gibi farklı alanlar) bulunmaktaydı (Wallerstein, 1996: 10). Bu iki uç arasında sosyal gerçekliklerin analizine yönelen tarih ve sosyal bilimler bulunmaktadır. Burada üzerinde durulması gereken nokta tarihin idiografik olmasıyla beşeri bilimlere yakınlığıyla, sosyal bilimlerin ise nomotetik olmasıyla doğa bilimlerine yakınlığıyla tarifiyledir. Doğa bilimleri tarafından bilimsel pratiğin dışına sürülen felsefenin sosyal bilimlerin disipliner olarak kendilerini tanımlamasında da karşılıklı içerecek bir biçimde öteki alanda olarak tariflendiğini görmekteyiz.

Raporda kesin tarihlerle verilen 1850-1945 aralığında sosyal bilimler disiplinleri arasındaki ayrımın hem baskın bilim paradigması anlamında hem de kurumsal anlamda sağlaştığı gözlemlenmektedir. Bu, aynı zamanda sosyal bilimlerin idiografik tarihsel köklerden kendisini tamamen arındırdığı bir dönemdir. Kendisini nomotetik alanda tarifleyen farklı sosyal bilimler disiplinleri (ekonomi, siyaset bilimi ve sosyoloji gibi) kendi aralarındaki disiplinler ayrımları da alanlarına özgü bir takım temelleri vurgulayarak kesinleştirme ihtiyacı içindedirler: Ekonomistler piyasa mekanizmalarında ceteris paribus varsayımının geçerliliğine vurgu yaparak, siyaset bilimciler çalışma alanlarını formal yönetim yapılarına odaklanacak bir biçimde sınırlandırarak, sosyologlar ise ekonomistler ve siyaset bilimciler tarafından ihmal edildiğini düşündükleri, yeni ortaya çıkan sosyal alana vurgu yaparak kendi disiplinler sınırlarını çizmeye çalışmışlardır (Wallerstein, 1996: 31). Hem kurumsal hem de paradigmatik anlamda başarıyla kurulan bu disiplinler sınırları inşa etme sürecinin, 1945'lerden sonra krize sürüklendiğini söyleyebiliriz. Kuşkusuz 1945'lerden sonra sosyal bilimlerin yapısındaki değişimlerin dünyadaki siyasal, ekonomik ve sosyal değişimlerle ilişkisinin detaylıca tartışılması bu makalenin amacını aşmaktadır. Ancak yine rapora dayanarak bu süreçteki temel bir takım dönüşümleri kısaca belirtmek gerekmektedir (Wallerstein, 1996: 33-36). Öncelikle ABD'nin II. Dünya Savaşı'ndan çok büyük bir ekonomik kazanımla çıkması, SSCB ile ABD arasında soğuk savaşın başlaması ve sömürge sonrası dönemin etkileri sayılmalıdır. Ayrıca, 1945'i takip eden yaklaşık 25 senelik bir süreçte üretim kapasitesi ve popülasyonun dünya tarihinde en yüksek düzeye çıktığını ve bununla beraber tüm insani faaliyetlerde bir büyüme olduğu söylenebilir. Son olarak dünyanın her yerinde üniversite sisteminin hem nitelik hem de coğrafi yayılım açısından genişlemeye başladığını ve profesyonel sosyal bilimcilerin bu genişlemeye muhabil sayılarının arttığını ve çeşitlendiğini gözlemlemekteyiz.

Raporun belki de en kritik ve toparlayıcı bölümü 1945 sonrası disiplinler ayrım krizinin öncesinde sosyal bilimlerin disiplinler ayrımlarının hangi temellere dayandığına ilişkin bölümdür (Wallerstein, 1996: 36). 19. yy'ın sonuna geldiğinde sosyal bilimleri biçimlendiren disiplinler ayrımlardan belki de en önemlilerinden birisi modern/uygarlaşmış' toplumları inceleme alanı ile (tarih ve bir önceki paragrafta anılan üç nomotetik sosyal bilimin incelediği) modern olmayan dünyanın incelendiği alandır (antropoloji ve oryantalist çalışmalar). Raporda bu iki alan içerisindeki ayrımlar da netleştirilmektedir. Modern dünyanın incelenmesi de kendi içinde geçmişin incelenmesi (tarih) ve bugünün incelenmesi (nomotetik sosyal bilimler) olarak iki ayrılmaktadır. Bu nomotetik sosyal bilimler de kendi aralarında keskin hatlarla ayrılmaktadır: Ekonomi piyasasının, siyaset bilimi devletin sosyoloji ise sivil toplumun incelendiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Disiplinlerarasılığın Ortaya Çıkışı ve Farklı Sorunlar

Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde birkaç farklı eğilim göze çarpmaktadır. Özellikle 1960'lardan sonra sosyal bilimlerde farklı disiplinler arasındaki entelektüel sınırlar gittikçe belirsizleşmekte, ancak kurumsal anlamda bu belirsizleşmeye göreli bir direnç gözlenmektedir (Wallerstein, 2004: 23). İkinci olarak, Batı dünyasını ve Batılı olmayan dünyayı inceleyen farklı alanlar arasındaki – daha doğrusu bu alanların ayrılmasını sağlayan – entelektüel farklılıkların giderek yok olması söz konusudur. Daha önce belirtildiği üzere özellikle 19. Yüzyılda disiplinlerin oluşma sürecinde modern/ 'uygarlaşmış' dünyayı inceleyen alanlar ile modernleşmemiş dünyayı inceleyen alanlar arasında keskin bir ayrım gözletilmekte ve bu ayrım farklı disiplinlerin hatta fakültelerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu ayrımın giderek kaybolma eğiliminde olduğunu görüyoruz. Diğer bir nokta ise, disiplinler arası ayrımın belirsizleşmesinde kültürün bir inceleme alanı olarak giderek daha belirleyici bir rol kazanmasıdır. Yerinde bir tanımla "önceden sosyal bilimlerin çeperinde bulunan alanlardan gelen yeni kuramsal etkiler" olarak tariflenen 'kültürel dönemeç' kavramıyla beraber "kültürel süreçlerin ve anlamlandırma süreçlerinin nedensel ve sosyal olarak oluşturuç rolünü" (Steinmetz, 1999: 1-2) vurgulayan kültür çalışmalarının disiplinler sınırlarını giderek belirsizleşmesinde önemli bir rolü olduğunu vurgulamak gerekir.

Alan çalışmaları ile başlayan ve giderek farklı disiplinlerin yöntemsel ve epistemolojik paylaşımı biçimine bürünen bu sürecin kuşkusuz basitçe bir bilgi paylaşımı olmadığını gözlemekteyiz. İnterdisipliner çalışmaların etkisini teörinin değişen tanımı ile açıklamak mümkündür. Günümüzde beşeri ve sosyal bilimlerde herhangi bir kısıtlayıcı tanım yapılmadan bahsi geçen 'teori', eskiden olduğu gibi disipline dayanan formlara gönderme yapmamaktadır. Disiplinlerarası yaklaşımın da yoğun etkisiyle bugün teori "disiplinler ötesi bir konum kazanmış olan belirli kuramsallaştırma türlerinin bir kombinasyonuna" (John, 1996: 29) gönderme yapmaktadır. Post-yapısalcılık, feminizm, semiotik, psikanaliz bu formlara verilebilecek örneklerdir.

Disiplinlerarasılığın temel ilkelerinden olan çok farklı alanlara duyarlı ve açık olma fikrinin tarihi aslında çok eskilere götürülebilir. Henüz antik çağlarda gerçek bilginin ancak çok farklı uzmanlık alanlarından beslenerek elde edilebileceği düşünçesinin var olduğunu görmekteyiz. Örneğin, Aristo (1952: 161) iyi eğitilmiş bir kişinin kendisini belirli bir alanla kısıtlamaması gerektiğini, yaşamın bütün kaynaklarından beslenmesi ve beceri kazanması gerektiğini belirtiyordu. Ancak disiplinlerarasılığın bugün operasyonel olduğu haliyle modern bir kavram olduğunu ve doğrudan modern üniversite kavramıyla ilişkili olduğunu belirtmek gerekir. Dolayısıyla disiplinlerarasılık daha önce belirtildiği gibi 19. yy'da Batı dünyasında gittikçe belirgin hale gelen disiplinler ayrışmalar sonrasında ve ona tepki olarak oluşan bir hareket, pratikler bütünü ve yaklaşımdır.

Disiplinlerarasılık genellikle belirli bir disiplinin analiz düzeyindeki sınırlılıklara ve bilginin karşılıklılık esasında kurulmasına referans gösterilerek tanımlanan bir olgudur. Örneğin, yaygın bir tanıma göre disiplinlerarası çalışmalar "tek bir disiplin ya da uzmanlık alanı tarafından layıkıyla ele alınmayacak kadar karmaşık ya da kapsamlı bir konunun ya da sorunun çözülmesine yönelik bir süreci" ifade etmektedir (Klein ve Newell, 1998: 3). Ancak bu tanım kavramın metodolojik özelliklerini açıklamaktan ziyade, işlevlerinden bahsetmektedir. Açık ki, farklı disiplinlerin kavramlarından ve yöntemlerinden faydalanmak, tek başına bir araştırmayı disiplinlerarası yapmaz. Stember'ın (1998: 341) ifadesiyle söyleyecek olursak, disiplinlerarası yaklaşım belirli bir konu üzerine farklı disiplinlerin ürettiği bilgilerin bütünleştirilmesini içerir. Ancak bu bütünleşme basitçe bir bütünleştirilmeyi ifade etmemektedir. Farklı disiplinlerin kullandığı bilgi, kavram, araç ve kurallar bütünleştirilme sonrasında bunların ayrı ayrı toplamlarından çok daha fazla bir çözümleme gücünün ortaya çıkarıldığı şekilde bütünleştirilmelidir. Disiplinlerarasılığa gücünü veren de bu yöntemsel manevradır. Bu anlamda çokça karıştırılan çokdisiplinlilik ile disiplinlerarasılık arasındaki farkı belirtmek gerekir. Çokdisiplinlilik birden fazla disiplinin "kesin terimlerle tanımlanmış bir matriste kesişmesi" beklenmeksizin (Cluck, 1980: 68) yanyana kullanımı iken, disiplinlerarasılık "birleştirici bir etkile-

şim” (Klein, 2000: 56) içeren bir süreci ifade etmektedir. Bu anlamda, çokdisiplinli bir yaklaşımın unsurları birbirini tamamlayabilir ya da kesişebilir ancak bu disiplinler arasındaki iletişimin asgari düzeyde olduğu varsayılır (Hanisch ve Vollman, 1983). Bu disiplinler arasında gerçek anlamda bir bütünleşme olmadığı için çokdisiplinli süreç bu disiplinlerde epistemolojik ya da yöntemsel bir değişim ya da farklılaşma yaratmaz.

Disiplinlerarasılığın ana kaynaklarından birisinin de pedagojik olduğu düşünüldüğünde, disiplinlerarası araştırma ile eğitim arasındaki kaçınılmaz bağ ortaya çıkmaktadır. Disipliner sınırların sorgulanması ile beraber disiplinlerarası eğitimin en temel amaçlarından birisi eleştirel düşüncenin geliştirilmesidir. Disiplinlerarasılık bağlamında bu ancak farklı disiplinlerin bilişsel ve teorik yapıları arasında geçiş yapabilme yetisi ve bu disiplinlerin incelediği alanlara yönelik yöntemsel ilkelerini mukayese edip uygulamakla mümkün olmaktadır. Bradbeer (1999: 382) eğitimde disiplinlerarasılığın sağlanmasında karşılaşılan üç temel problemin disiplinler arası çalışabilme, disiplinlerin kendi içlerinde sağladıkları olanakları yeterince idrak edebilme ve farklı disiplinleri sentezleyebilme olduğunu belirtmiştir. Bu sorunlar farklı disiplinlerin epistemolojik ön kabülleri ve söylemleri, bu disiplinlerin eğitim stratejileri ve gelenekleri düşünüldüğünde daha da karmaşık bir hal almaktadır. Çokdisiplinlilik ile disiplinlerarasılık arasında başta yaptığımız tanıma geri dönersek bu farklılıkların disiplinlerarasılıkta ne denli kritik bir hal aldığını daha iyi anlayabiliriz. Disiplinlerarasılığın çokdisiplinlilikten temel farkı, yani farklı disiplinleri kesin terimlerle belirlenmiş bir matriste kesiştirme özelliği bu epistemolojik ve pedagojik farkların gözetilmesini ve bu farklılıkların söz konusu disiplinlerarası yaklaşımın genel çatısında bütünleştirilmesini gerektirmektedir. Bu durumda tanıma gereği disiplinlerarasılık farklı disiplinleri bir araya getirmenin çok ötesinde, onları tutarlı bir bütünlük içinde birleştirme amacı taşır. Hem kurumsal gelişmeler hem de disiplinlerarasılığın doğası sonucunda disiplinlerarası birçok perspektifin kendi başına bir disiplin olduğunu gözlemlemekteyiz (örneğin arkeoloji, kültürel çalışmalar, iletişim bilimleri, kentsel çalışmalar, tarihsel koruma gibi).

Ancak, ‘disiplin haline gelmiş disiplinlerarası alanlar’ gözlemleri görünüşte paradoks oluşturacak bir durum disiplinlerarasılığa getirilen eleştiriler neticesinde ortaya çıkmaktadır. Disiplinlerin giderek belirsizleşmesine ve disiplinlerarasılığın popülerleşmesine getirilen bu eleştiriler özellikle tarihsel olarak ortaya konulan metodolojik ölçütlerin kaybolduğu ve geleneksel alanların muğlaklaştığı noktalarında uzlaşmaktadırlar. Abbott (2001: 121) akademide giderek artan bir apokaliptik bakış açısından bahsetmektedir. Bu bakış açısının biçimlendirdiği akademik dünyada “İngiliz Dili profesörleri antropoloji yapmakta ve bunu kültürel çalışmalar olarak adlandırmakta, ekonomistler sosyoloji yapmakta ve bunu aile ekonomisi olarak adlandırmaktadır”. Geertz (2005: 31) benzer bir gözlem yaparak son yıllarda bir tür disiplinler dağınıklığının mevcut olduğunu ve her şeyin bu dağınıklığın içinde birbirine karıştığını belirtmektedir. Bu dağınıklık içerisinde temellerin kaydığını ve kültürel çalışmaların akademik dünyaya hakim olduğunu belirtmektedir. Ancak bu tür eleştirilerin bir anlamda disiplinlerarasılığın aşırı ucundaki yaklaşımları hedef aldığını belirtmek gerekir. Disiplinlerarasılığı savunan görüş içinde meseleyi disiplinlerlik ve disiplinlerarasılık arasında bir ikilik kurmaktan ya da disiplinlerliği tamamen yadsımaktan ziyade, bu ikisinin birbirinin tamamlayıcısı olduğunu belirten görüşler de vardır. Bu yaklaşım açısı disiplinler alanların olduğu gibi korunmasına ilişkin her türlü girişimin bilgi ve iktidar arasındaki karmaşık ilişkiyi yadsıma eğiliminde olduğunun da unutulmaması gerektiğini belirtmektedir. Kelley (1997: 21) disiplinler bir takım gelenekler tarafından biçimlendirildiğimiz için disiplinler yaklaşımlardan kaçamayacağımızı ve disiplinlerarasılığın “disiplinlerin modern bilgi probleminin merkezindeki konumunu güçlendirdiğini” iddia etmektedir. Dolayısıyla disiplinlerarasılık kendi paradigmasını ve söylemini oluşturarak, yine disiplinler sınırların etkilediği ve zorunlu olarak biçimlendirdiği bir akademik dil içerisinde işlemektedir. Dolayısıyla bu noktada fazlaca verimli olmayacağı düşünüldükçe disiplinlerarasılığın kendisini hedef alan tartışmalar yerine, disiplinlerarasılığın kendisini anlama çabası sürdürülecektir.

Disiplinlerarasılık her ne kadar giderek daha da popüler hale gelmekte ve güncel araştırma süreçlerinin belirleyici bir paradigması olarak ortaya çıkmaktaysa da, disiplinler ayrımını yarattığı

paradigmatik ve söylemsel farklılıklar ve uzaklıkların kendisini kurumsal anlamda da somutlaştırdığını görebiliriz. Özellikle yüksek öğrenimde geleneksel disiplinler ayrımına yaslanan araştırma, performans kriterleri ve yükselme ölçütleri, etkisini sürdüren ve sınırlarını koruyan bir akademik cemaatin temellerini oluşturmaktadır. Özellikle bu disiplinlerarası yaklaşımla Batı'ya göre daha geç tanışan Türkiye gibi ülkeler için daha çok geçerlidir. Disiplinlerarasılığın disiplinler ayrımlara yaslanan ölçütleri ve aslında geleneksel akademik cemaat kavramını büyük ölçüde etkilediğini rahatlıkla gözlemleyebilmekteyiz. Bu etki akademik cemaatlerin kendi sınırlarını tehdit ederken diğer yandan da cemaatler arasındaki ilişkileri de değiştirme eğilimindedir. Becher ve Huber (1990) akademik cemaatler arasında bir hiyerarşi ilişkisi bulunduğunu ve 'saf' bilimlerin ya da doğa bilimlerinin sosyal bilimler karşısında hiyerarşik olarak daha yüksek bir yerde durduğunu tespit etmektedir. Cole'un (1992) bu hiyerarşinin hangi değişkenler üzerine inşa edildiğine ilişkin açıklaması disiplinlerarasılığın etkisini de gözlememize yardımcı olacak niteliktedir. Bu değişkenlerden konumuz açısından en önemileri, yüksek derecede nicelikleştirme, akademik cemaat içindeki metodolojik ve kuramsal uzlaşma ve kuramlara dayanan doğrulanabilir bir takım öngörülerdir (Cole, 1992: 107). Açıkta ki disiplinlerarası yaklaşımın yaygınlaşması ile birlikte saf bilimlere yüklenen bu özellikler giderek sorgulanmaktadır. Tamamen nicelikleştirme eğilimi sosyal ve beşeri bilimlerle diyalog çerçevesinde yerini niteliksel araştırmaların da katkısına bırakmıştır. Bunun doğrudan etkisi saf bilimlerdeki akademik cemaatlerin kendi içindeki ve birbirleri arasındaki metodolojik ve kuramsal uzlaşmanın tehdit edilmesidir. Benzer biçimde bu hiyerarşi içinde yüksek bir yerde yer almak isteyen ve tarihsel olarak nomotetik olma eğilimi taşıyan sosyal bilimlerde de giderek dijografik beşeri bilimlerin katkısına ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Dolayısıyla disiplinlerarasılık sadece saf bilimlerle diğer bilimlerin akademik cemaatleri arasındaki hiyerarşiyi değil, aynı zamanda bu iki alandaki akademik cemaatlerin hiyerarşik konumlanışını doğrudan etkilemiştir. Diğer yandan, disiplinlerarasılık ile birlikte akademik cemaatler arasındaki ilişkilerin değişmeye başlaması farklı uzmanlık alanlarının temel akademik pratiklerinde de değişimler yaratmıştır. Ülkemizde de son yıllarda yaygınlaşan ve popülerleşen proje faaliyetleri ve akademik performansta giderek proje yürütmeye verilen daha büyük önem buna güzel bir örnektir. Elzinga (1987) henüz 1980'lerde bu olguyu Batı dünyası için tespit etmiş ve akademik faaliyetlerin giderek daha fazla proje odaklı olmasını disiplinler ayrımların azalmasına bağlamıştır. Akademik dünyada giderek değer kazanan faaliyetler "sektörlerin ilgililerine ve önemli sorunlara bağlı olarak gelişen merkezler ve disiplinlerarası ağlara bağlı olarak gelişen" proje faaliyetleridir (Elzinga, 1987: 16). Bu yazının konusu olmamakla beraber proje faaliyetlerine verilen aşırı önem akademik cemaatlerin temel epistemolojik ve ontolojik problemlerle uğraşma ve pratiğe yaslanan kuramsal analiz yetilerini köreltme etkileri taşıyabilir.

Akademik cemaat kavramının ve disiplinlerarasılığın bu alana etkilerini anlamak ancak bu yapıların kurumsal uzantılarını anlamakla mümkündür. Akademik disiplinler üniversiteler, araştırma merkezleri, dernekler, burs veren kurumlar, akademik dergiler gibi bir takım kurumlar aracılığıyla kendi sınırlarını çizmekte ve düzenleyici sistemler haline gelmektedirler. Bu düzenleyici sistemler kendilerine ait bilgi dağarcıklarını geliştiren bilişsel sistemler ve sorunların nasıl çalışılacağına ilişkin normlar ve değerler içeren kültürel sistemler olarak kavramsallaştırılabilir (Buanes ve Jentoft, 2009: 448). Bu düzenleyici, bilişsel ve kültürel sistemler çalışılacak konuyu belirli bir perspektiften ele aldıkları ve konunun nasıl çalışılacağına dair bir takım ilkeler ve yollar (metodolojiler) ürettikleri için disiplinlerdir. Ancak Buanes ve Jentoft'un (2009: 449) siyasal sistemlerle kurdukları bir analogiyi takiben belirttikleri gibi akademik disiplinler çok gevşek biçimde yapılandırılmış 'anarşilerden' çok katı biçimde hiyerarşik olarak örgütlenmiş sistemlere kadar değişen bir takım formlara bürünebilirler. Aynı kavramsallaştırmanın mantığında hegemonik bir paradigmaya sahip olmayan ve gevşek biçimde yapılandırılmış disiplinler henüz olgunlaşmamış bir safhada tanımlanmaktadır. Robert Merton sosyolojinin çok fazla farklı alanı olduğu için çok az sonuca ulaştığı şeklindeki fikri bir anlamda sosyoloji disiplininin bu şemadaki 'olgunlaşmamışlığına' gönderme yapmaktadır (DiMaggio, 1997'den aktaran Buanes ve Jentoft, 2009: 449). Yani disiplin kavramına bu şekilde evrimci bir şema ile bakıldığında kümülatif bir bilimsel bilgi üretmenin temel koşullarından birisinin

düzenleyici, bilişsel ve kültürel sistemler olarak algılanan ve kapalı bir sistem olarak tahayyül edilen disiplinler aracılığıyla mümkün olabileceği görülmektedir. Temel soru bu tür bir şemaya ters düştüğü ve bu şemanın temellerini sarstığı düşünülen disiplinlerarasılığın kümülatif bilgi üretimini nasıl sağlayacağı sorunudur. Bu bilgi üretimini olduğu kadar bilginin aktarımını da içeren pedagojik bir sorundur. Genellikle disiplinlerarasılığa yüklenen paradigma yokluğu ya da belirli bir yöntemin bulunmayışı şeklindeki eleştiriler aslında tam da bu disiplinler geleneğinin çerçevesinde ve onun temel ilkelerine dayanarak geliştirilen eleştirilerdir.

Bu eleştirilerde gözlenen temel bir eğilim postmodern yaklaşımla disiplinlerarası yaklaşım arasında kurulan bir koşutluktur. Bu koşutluğun temelinde iki yaklaşımın da disiplinler ayrımları sorgulaması yatar. Postmodernizmin disiplinler ayrımlara karşı olması ve hatta "radikal bir disiplinlerarası karakter taşıması" (Rosenau, 1992: 6) postmodernizmin disiplinlerarasılık olduğunu göstermez. Disiplinlerarasılık ile postmodernizm arasında hem yöntemsel hem de epistemolojik açıdan birçok farklılık olduğunu belirtmek gerekir. Postmodern bir metodolojiden bahsedilecekse eğer bunu ancak 'şizoanaliz' kavramı ve bu kavram çerçevesinde işleyen bir 'semiyotik çokmerkezcilik' açıklığa kavuşturabilir (Murphy, 2000: 66-67). Olguların senkronik olarak çok farklı anlamlara gelebileceğini ve 'metnin' nihai bir okumasının mümkün olmadığı fikriyle beraber, postmodern olarak adlandırabileceğimiz geleneğin gerçeklik ve konvansiyonel anlamda bir metodoloji kavramıyla bağdaşmadığını söyleyebiliriz. Szostak (2007) postmodernist ve disiplinlerarası konumları karşılaştırdığı değerli çalışmasında, farklı alanlar açısından bu iki konumu mukayese etmektedir. Örneğin postmodernist konum hakikat iddiasında bulunabilecek hiçbir bilimsel metodun bulunamayacağını öne sürerken, disiplinlerarası konum farklı metodların güçlü ve zayıf yönleri bulunduğunu, dolayısıyla her disiplinin bütünleştirici yaklaşıma katkısı olabileceğini söylemekle yetinmektedir (Szostak, 2007: 66). Aynı zamanda disiplinlerarası konum, postmodernistlerin akıl karşısında sezgiyi öne çıkaran ve ilerleme fikrini topyekün reddeden radikal konumlarını ya açıklıkla belirtmez ya da bu alanda radikal bir tavır benimsemez (Szostak, 2007: 72). Disiplinlerarası konumu postmodernist konumdan ayıran en belirgin özelliklerden birisinin, daha önce belirtildiği gibi disiplinlerarası yaklaşımın bütünleştirici yaklaşıma ve onun hakikat iddiaları üretebileceğine duyduğu inançtır. Hatta disiplinler ayrımının sönümlenmesi ve bütünleştirme esnasında farklı disiplinlerin özgül katkıları sonucunda oluşabilecek amalgamın, gerçekliğin keşfinde tek tek metodlardan daha fazla müktedir olduğu inancı da bu iki konumu temel olarak birbirinden ayırmaktadır.

Sonuç

Disiplinlerarasılığın hem araştırma hem de pedagojik alanlarda kullanımı ile ilgili temel güçlük, kavramın çokdisiplinlilik ile karıştırılmasından kaynaklanmaktadır. Diğer bir güçlük ise kavramın çokdisiplinlilik ile temel farkının yani bütünleştiriciliğin uygulanmasındaki zorluklardır. Öncelikle farklı disiplinlerin yöntemsel ve epistemolojik olarak iyi bir analize ve çalışılacak konuya spesifik olarak farklı araçların kullanımı ve disiplinlerarası alanın temel ilkelerinin oluşturulmasına dayanan bu süreç kuşkusuz kendine has zorluklar ortaya koymaktadır. Bu zorluklar iletişim bilimleri, kültürel çalışmalar, kentsel çalışmalar gibi görece daha köklü disiplinlerarası alanlar için bile sürmektedir. Bununla bağlantılı diğer bir sorun ise birinci alt başlıkta anlatıldığı üzere sosyal bilimlerin tarihsel olarak nomotetik bir alan tarifi yapmasından kaynaklanmaktadır. Disiplinlerarasılığın nomotetik alanda tariflenmiş sosyoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi alanlarda kurulmasının doğurduğu güçlük üzerine bir de tarihsel olarak idiografik alanlarda tariflenen felsefe ve tarih disiplinleriyle kesişmelerin yarattığı güçlük eklenmektedir. Bu nokta, kadın çalışmaları, karşılaştırmalı edebiyat, kültür tarihi araştırmaları gibi alanlar için yeni güçlükler ve disiplinler sınırlara ilişkin yeni bir takım sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Disiplinlerarasılığa getirilen temel eleştirilerden birisi yöntemin belirsizliği ya da sınırsızlık olsa da aslında disiplinlerarasılık ile postmodernizm arasındaki farklılardan da gördüğümüz gibi disiplinlerarasılık bütünleştirici yaklaşımın oluşmasında 'disipline olmamış bir disiplin' niteliğine bürünmektedir. Dolayısıyla bu anlamdaki eleştirilerin hedefi daha çok görece daha az köklü disiplinlerarası alanlara yönelik olarak okunmalıdır.

Disiplinlerarasılığın getirdiği bir başka radikal dönüşüm ise belirtildiği gibi akademik cemaat kavramı ve onunla beraber işleyen ve kurumsal ve yapısal olarak somutlaşmış ilişkilerde hissedilmektedir. Belirtilmiş olduğu gibi bu özellikle proje faaliyetlerinin akademik performans ve bilgi üretiminde giderek artan önemi ile de ilişkili bir sorundur. Kuşkusuz akademik cemaatlerin arasındaki ve kendi içlerindeki hiyerarşik ilişkilerle oluşan katı sınırların ve bu sınırların meritokrasinin gerçekleştirilmesindeki olumsuz etkilerini sorgulaması açısından bu olumlu bir gelişmedir. Ancak, akademik performansın ve akademik pratiklerin getirdiği ödüllerin proje yürütmeye bağımlı kılması farklı disiplinlerin ve görece köklü disiplinlerarası alanların kendi alanlarına özgü kurumsal çalışmaların giderek değer kaybetmesine yol açmaktadır. Kümülatif bilimsel bilgi üretiminin sadece sorun çözmeye dayalı bir süreç olmadığı ortadadır. Bahsedilen süreç bilimsel bilgiyi bu alanla sınırlama eğilimi göstermektedir ve bu etkide disiplinlerarasılığın rolü dikkate değerdir. Disiplinlerarası proje faaliyetlerinin hayli popüler olduğu ülkemizde disiplinlerarasılık üzerine kurumsal çalışmaların azlığı tam da bu noktanın kendisinin bir kanıtı gibidir. Halbuki disiplinlerarasılık üzerine uluslararası literatürde onyıllardır kuramsal bir çaba mevcuttur ve yeni yapılan disiplinlerarası araştırmalar ışığında bu kuramsal çalışmalar devam etmektedir.

Disiplinlerarasılık yüzeysel olarak algılandığında basitçe farklı disiplinlerin işbirliği gibi algılanmaktadır. Gerek proje faaliyetlerinde, gerekse pedagojik süreçlerde bu şekilde algılandığı durumlarda sıklıkla karşılaşmaktayız. Aslında disiplinlerarasılık, bu çalışmada da belirtildiği gibi, konvansiyonel disiplinler ayrımının sorgulandığı ve pratiği süresince bu disiplinler ayrımının yerini bütünleştirici, 'disiplin olmayan bir disiplinin' aldığı bir süreçtir. Bu süreci köklü disiplinlerarası alanlarda, kültürel çalışmalar, iletişim bilimleri, arkeoloji, kentsel çalışmalar, vb., rahatlıkla gözlemleyebiliriz. Dolayısıyla disiplinlerarası bir alan disiplinler sınırların yarattığı ve hem kurumsal hem de sembolik sınırlar anlamında işleyen bilgi iktidar bağıntısından kaçınmaya çalıştığı sürece (bunun ne denli mümkün olduğu ayrı bir araştırma konusudur) 'disiplin olmayan bir disiplin' halinde kümülatif bilimsel bilgi üretimine olumlu yönde katkıda bulunacaktır.

Kaynakça

- Abbott, Andrew (2001). "Chaos of Disciplines." Chicago: University of Chicago Press.
- Aristotle (1952). "On the Parts of Animals." Great Books of the Western World. Robert Hutchins (der.) içinde. Chicago: Encyclopedia Britannica.
- Becher, Tony ve Ludwick Huber (1990). "Editorial." European Journal of Education. 25(3): 235.
- Bradbeer, John (1999). "Barriers to Interdisciplinarity: Disciplinary Discourses and Student Learning." Journal of Geography in Higher Education. 23 (3): 381-396.
- Buanes, Arild ve Svein Jentoft (2009). "Building Bridges: Institutional Perspectives on Interdisciplinarity." Futures. 41: 446-454.
- Cluck, Anne (1980). "Reflections in the Interdisciplinary Approach to the Humanities." Liberal Education. 66 (1): 67-77.
- Cole, Stephen (1992). "Making Science: Between Nature and Society." Cambridge, MA: Harvard University Press.
- DiMaggio, Paul (1997). "Epilogue: Sociology as a Discipline." Sociological Visions. Kai Erikson (der.) içinde. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Elzinga, Aant (1987). "Internal and External Regularities in Research and Higher Education Systems".

Disciplinary Perspectives on Higher Education and Research (Report 37: Papers presented at an International Seminar) içinde. Sweeden. Stockholm University.

Frank, Roberta (1988). "Interdisciplinary: the First Half-Century." Words: for Robert Burchfield's Sixty-Fifty Birthday". in Eric G. Stanley (der.) içinde. Woodbridge: D.S. Brewer.

Geertz, Clifford J. (2005). "Rearticulating Anthropology,." Unwrapping the Sacred Bundle: Reconfiguring the Discipline of Anthropolog. Daniel Segal ve Sylvia Yanagisako (der.) içinde. Durham: Duke University Press.

Hanisch, Thor Einar ve Wolfgang Vollman (der.) (1983). "Interdisciplinarity in Higher Education." Bükreş: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization.

John, Mary (1996). "Discrepant Dislocations: Feminism, Theory, and Postcolonial Histories." Berkeley, CA: University of California Press.

Kelley, Donald (1997). "The Problem of Knowledge and the Concept of Discipline." History and the Disciplines: The Reclassification of Knowledge in Early Modern Europe. Donald R. Kelley (der.) içinde. Rochester: University of Rochester Press.

Klein, Julie Thompson (2000). "A Conceptual Vocabulary of Interdisciplinary Science." Practicing Interdisciplinarity. Peter Weingart ve Nico Stehr (der.) içinde. Toronto: University of Toronto Press.

Klein, Julie Thompson ve William H. Newell (1998). "Advancing Interdisciplinary Studies." Interdisciplinarity: Essays from the Literature. William H. Newell (der.) içinde. New York: College Entrance Examination Board.

Moran, Joe (2010). "Interdisciplinarity". Londra: Routledge.

Murphy, John (2000). "Postmodern Sosyal Analiz ve Postmodern Eleştirisi." Çev., Hüsamettin Arslan. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Rosenau, Pauline Marie (1992). "Post-modernism and the Social Sciences." Princeton, NJ: Princeton University Press.

Steinmetz, George (der.) (1999). "State/Culture: State-Formation after the Cultural Turn." Ithaca, NY: Cornell University Press.

Stember, Marilyn (1998). "Advancing the Social Sciences Through the Interdisciplinary Enterprise." Interdisciplinarity: Essays from the Literature. William H. Newell (der.) içinde. New York: College Entrance Examination Board.

Szostak, Rick (2007). "Modernism, Postmodernism and Interdisciplinarity." Issues in Integrative Studies. 25: 32-83.

Wallerstein, Immanuel (2004). "The Three Meanings of 'Discipline'." Reinventing the Social Sciences (OECD Proceedings) içinde. Paris.

Wallerstein, Immanuel (der.) (1996). "Open the Social Sciences: Report of the Gulbenkian Commission on the Restructuring of the Social Sciences." Stanford: Stanford University Press.

İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme

M. Bilal Arık¹
Fatih Bayram²

Özet

İletişim eğitimi, sosyal bilimlerin bir alt disiplini olarak hem teorik hem de pratik eğitimi kapsayan disiplinler arası bir alan olarak değerlendirilebilir. Entelektüel düzeyde bilgi üretiminden iletişim sektörünün ihtiyaç duyduğu her türlü elemanı yetiştirme çabasına kadar iletişim eğitiminin varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de iletişim fakülteleri ve iletişim akademisyenleri bağlamında mevcut durumu sorgulayan ve bazı veriler ışığında öngörülere ulaşmaya olanak veren değerlendirmeler yapılmıştır. Mevcut durumunun barındırdığı karmaşık problemlere rağmen hem akademinin hem de sektörün genel fotoğraftan kaynaklanan yapısal sorunlara eğilmesi bir gereklilik olarak ortadadır.

Anahtar Sözcükler: İletişim Eğitimi, İletişim Akademisyenleri, İletişim Fakülteleri

Communication Education and Communication Academics: A General Evaluation in Light of Data

Abstract

Communication education can be assessed an area covers theoretical and practical education that multi discipliner branch of social sciences. Communication education is needed to produce intellectual knowledge to educate all personnel that needed to communication sector. This paper aims to investigate and evaluate present condition of communication faculties and communication academics in light of some data. Although present condition has some problems, academy and sector should seek solutions of structural problems arise general picture.

Key words: Communication Education, Communication Academics, Communication Faculties

1 Prof. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

2 Yrd. Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

İletişim eğitimi yıllardan beri hem akademisyenler, hem öğrenciler hem de basın çalışanları arasında sıklıkla gündeme gelen, genellikle de yaşanan olumsuzlukların bolca dile getirildiği, her daim güncel bir tartışma konusu olmakla birlikte, sorunlar ve çözüm önerileri noktasında alınmış ciddi bir mesafeden söz etmek mümkün değildir; yıllardır tartışıla gelen sorunlar hala güncelliğini korumakta, sorunun içinde yer alan tüm muhataplar bu durumdan birbirini sorumlu tutmaktadır. Bu sorunların çoğalan iletişim fakülteleri ve artan öğrenci popülasyonu göz önüne getirildiğinde gün geçtikçe daha da çetrefilleştiği görülmektedir. Bu noktada taraflar arasında sağlıklı bir diyalog ortamı oluşabildiğini ya da hedefler konusunda bir uzlaşma iklimine ulaşabildiğini de söylemek oldukça güçtür. Öncelikle şunu belirtmekte yarar vardır. İletişim fakültelerindeki eğitimin kalitesiyle ilgili problemler alsında yaşadığımız 'coğrafya'dan eğitime düşen payla ilgilidir. Bugün iletişim fakültelerinin karşı karşıya kaldığı sorunlar eğitime ayırdığımız bütçeyle, hükümet politikalarıyla, üniversite yerleştirme sınavıyla, YÖK'ün uygulamalarıyla, öğretim üyelerinin motivasyonları ve yaşadıkları ekonomik sıkıntılarla, liselerimizde verilen eğitimle vs. birçok bileşenin ortaklaşa sergilediği bir sonuca işaret eder. Bu bağlamda birazdan tartışacağımız sorunların pek çoğu diğer fakültelerde de -işletme, iktisat, sosyoloji, güzel sanatlar, vs- benzer şekillerde yaşanmaktadır.

Son rakamlara göre Türkiye'deki iletişim fakültelerinin (açılması kararlaştırılan fakülteler ile birlikte) sayısı 50'ye ulaşmıştır. Açılan her yeni fakülte ile iletişim eğitimi tartışmaları biraz daha yoğunluk kazanmakta, fakülte yöneticilerinin 'artık yeni fakülte açılmasın' demeçlerine rağmen, ilgili ilgisiz pek çok üniversitenin bu alana yatırım yapmaya devam etmesi bu sorunu doruğa taşımaktadır. İletişim gibi, kent, üniversite ve fakülte üçgeninin son derece sağlıklı, altyapı gerekliliklerin yeterli olması gereken bir alanda, üniversitelerin bu denli cüretkar olması dikkat çekicidir. Çoğalan iletişim fakülteleriyle beraber, yakın zamanda mezun olacak öğrenci sayılarımız da her yıl on binlere ulaşacaktır. "Fakülteler meslek öğretmez, öğretmemeli" gibi bir yargıyla eğitimi tanımlasak dahi, bu fakültelerden mezun olan gençlerin bir istihdam kaygıları olduğunu görmezden gelmek olası değildir. Fakülteler kendilerini nasıl tanımlarsa tanımlasınlar, içinde yaşadığımız rasyonalite gençlerin üniversite eğitimine bir iş olanağı olarak baktığı ve bu eğitimden "fayda" beklediği gerçeğini yadsınamıza izin vermemektedir. Bu bağlamda iletişim fakülteleri olarak, mezunlarımıza gerekli istihdamı sağlayamadığımız, pek çok mezunumuzun farklı sektörlerde kendilerini konumlandırmak zorunda kaldıkları bilinmektedir. Kısacası mezunlar için öncelikle mesleki donanım kazanma ve sektörde kendine yer bulabilme adına bu fakültelerin hayal kırıklığı yarattığı kesindir; aynı şekilde pek çok sektör çalışanın da iletişim fakültesi mezunlarını yeterli görmediği, hatta "iletişim fakülteleri kapansın" söyleminin oldukça fazla gazeteci tarafından paylaşıldığını görmek de, okullu iletişimciler açısından hüznü vericidir.

Sorgulanması gereken en temel problem artan iletişim fakülteleriyle birlikte doğan öğretici ihtiyacının nasıl giderileceğidir. Öte yandan söz konusu sorunun kaynağına ulaşmak için tek bir noktada odaklanmak ve saldırgan bir tavırla suçlu aramak yerine, somut çözümler üretme adına özeleştirel bir yaklaşım tercih edilmelidir. Nitekim iletişim fakültelerinin yaşamakta olduğu bu sorun sadece fakültelerde verilen eğitimin niteliğiyle ilgili değildir. Düşük puanlarla, çoğu zaman tesadüfi olarak bu fakültelere yerleşen öğrencilerin somut faydaya yönelik tutumları, sektörün salt kendi gerçekliği doğrultusunda beklentileri, teoriye yönelik olumsuz yargısı, staj eğitimlerinde bile üzerine düşen eğitici rolü yerine getiremeyen bu kurumların iletişim öğrencilerini dışlayıcı ve iletişim fakültelerini suçlayıcı tavrı çoğu zaman üzüm yemek değil bağcıyı dövmekten öteye gide-mektedir. Elbetteki bu çok parçalı yapıda 'sorun'un çözümüne yönelik insiyatifi eline alması ve kendi sorunlarının tespiti yapması gereken kurum öncelikle iletişim fakülteleridir. Fakültelerimiz kendisinden kaynaklanmayan problemlere yönelik iyileştirmeler yapamasa da, en azından kendiyle ilgili problemlerin çözümü noktasında daha cesur adımlar atmalıdır. Bu bağlamda, bu çalışmada öncelikle iletişim fakülteleriyle ilgili temel tartışmalar ele alınacak, ardından içerik analizi yöntemiyle iletişim fakültelerinin web sitelerinden toparlanan güncel veriler doğrultusunda iletişim fakültelerinde yer alan akademisyenlere ilişkin ulaşılabilen veriler değerlendirilerek tartışılacaktır.

1. İletişim Fakültelerinin Kısa Tarihi

İletişim fakültelerinin tarihi gelişimine göz attığımızda Türkiye’de, gazetecilik okulu açılması düşüncesini ilk ortaya atan kişinin Ahmet Rasim olduğu bilinmektedir. Ahmet Rasim’in yaşadığı yıllarda gazetecilik okullarının daha yeni yeni açılmaya başlaması ve gazeteciliğin yeni bir bilim ve eğitim konusu olarak ortaya çıkması gazeteci Rasim’in dikkatinden kaçmamış ve gazetecilik okulu açılmasının gereğini şiddetle savunmuştur (Topuz 2003: 93). 1931 yılında çıkarılan basın yasası, gazete sahipleri, başyazarları ve genel yayın yönetmenlerinin lise veya yüksek okul mezunu olma zorunluluğunu getirince, İstanbul merkezli bir Gazetecilik Okulu’nun açılması yeniden gündeme gelmiş, fakat 1933 yılında bu yasanın iptaliyle birlikte bu proje bir süre daha gündem dışına itilmiştir. Ve nihayet 1948 yılında Fehmi Yayla, Türkiye’de ilk gazetecilik okulu olan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’nu açmıştır. ‘İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’ üniversite düzeyinde bir eğitim kurumu olmamakla birlikte, Türkiye’de açılan ilk özel gazetecilik okulu olması bakımından tarihsel bir önem taşımaktadır. Matbuat alemine ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştiren bir müessese olarak açılan okul, biri ortaokul üzerine 3 yıllık diğeri ise lise üzerine bir yıllık eğitim veren iki devreden oluşmaktadır. Okulun eğitimine 1963 yılında ara verilmiştir (İnuğur, 1988: 155-157).

Yine aynı yıllarda Gazetecilik Okulu’nun bir Üniversite bünyesinde açılmasına yönelik faaliyetler de başlamıştır. İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Sedat Simavi İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü’ne bir mektup yazarak, bir gazetecilik okulunu açmanın gereğinden bahsetmiş ve “gazeteciliğe merak edecek namzetler için umum, malumatı arttıracak, hak duygusunu telin edecek, ona iktisadi, hukuki ve içtimai malumat verecek müessese ancak bir Gazetecilik Enstitüsü olabilir” demiştir. Üniversite Senatosu Simavi’nin teklifini uygun bulmuş ve 1949 yılında aldığı bir kararla İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur. Burada önemli olan nokta, Gazeteciler Cemiyeti’nin ülkemizdeki gazetecilik eğitiminin başlamasına öncülük etmesidir. Benzer bir durum Ankara’da da gerçekleşmiş ve Ankara Gazeteciler Cemiyeti üyelerinin çalışmasıyla Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu 1965-1966 öğretim yılında eğitime başlamıştır.

Üniversitelere bağlı enstitülerin dışında, 60’lı yılların ikinci yarısında üç özel gazetecilik okulu açılmıştır. Bu okullar, halen bu alanda eğitim veren fakültelerin de temelini oluşturmaktadır. İlk gazetecilik özel yüksek okulu, 1966 yılında kurulan İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu’dur. Okul, 1963 yılında faaliyetlerine son veren İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’nun devamı olarak eğitime başlamıştır. Bu okul 1971 yılında devletleştirilerek İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi’ne İstanbul Gazetecilik Yüksekokulu adıyla bağlanmış, 1973 yılında da öğretim süresi 4 yıla çıkarılmıştır. İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu’nun adı 20 Temmuz 1982 tarihinde yürürlüğe giren 41 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Basın-Yayın Yüksekokulu olarak değiştirilmiş ve Marmara Üniversitesi’ne bağlanmıştır. Gazetecilik alanındaki ikinci özel okul 1967’de Ankara’da açılan, “Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu”dur. Bu okul da 1981 yılında devletleştirilerek, Basın Yayın Yüksek Okulu adıyla Gazi Üniversitesi bünyesine alınmıştır. 1968’de İzmir’de kurulan İzmir Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu da 1971 yılında devletleştirilerek Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu adıyla Ege Üniversitesi Rektörlüğüne bağlanmıştır.

İstanbul, İzmir ve Ankara’nın ardından, 1972 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi kurulmuştur. 1992 yılında çıkarılan bir yasa ile basın yayın yüksek okulları iletişim fakültelerine dönüştürülmüştür. 1992 yılındaki önemli dönüşümden sonra, devlet üniversiteleri içinde yeni iletişim fakülteleri açılmıştır. 1993 yılında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1994’de İstanbul’da Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1997’de Erzurum’da Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ’da Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1998’de Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 1999’da Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi kurulmuştur. Devlet üniversitelerinde iletişim fakültesi sayısı artarken, çeşitli devlet üniversitelerinin güzel sanatlar fakülteleri

bünyesinde iletişimle ilgili lisans programları, meslek yüksek okullarında iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık bölümleri ve özel iletişim eğitimi veren kuruluşlar açılmıştır. Devlet üniversiteleri bünyesinde iletişim fakültelerinin sayısı artarken, 1997 yılından itibaren vakıf üniversitelerinin kurulmasının yolu açılınca, vakıf üniversiteleri tarafından da iletişim fakülteleri açılmıştır. Bunlar arasında İstanbul'da 1997'de Yeditepe, Maltepe, Bilgi, 2000'de Bahçeşehir, 2001'de İstanbul Ticaret, Ankara'da 1997'de Başkent Üniversiteleri sayılabilir. Ayrıca Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Doğu Akdeniz, Uluslararası Kıbrıs, Yakındoğu, Lefke Avrupa Üniversitelerinde iletişim fakülteleri ve bölümleri kurulmuştur (Tokgöz, 2003).

Kuruluş kararı resmi gazetede yayımlanmış ya da üniversitelerin gündemlerinde kurulması için plan yapılan iletişim fakültelerinden de bahsetmek gerekir. Bunlar arasında, Uşak Üniversitesi, Hatay'da Mustafa Kemal Üniversitesi, Bursa Teknik Üniversitesi, Uluslar arası Antalya Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Isparta'da Süleyman Demirel Üniversitesi sayılabilir.

2. İletişim Eğitimi ile İlgili Genel Tartışmalar

2.1. İletişim Eğitiminde İki Farklı Model

Genelde üniversite eğitiminin, özelde de iletişim eğitiminin yöneliminin ne olduğu ve ne olması gerektiği akademinin bitmeyen tartışma konularından biridir. Sektörün ve sermayenin süreci kendi lehlerine biçimlendirme çabalarına karşın, akademinin bu duruma gösterdiği direnç ve öğrencilerin beklentilerini yan yana getirdiğimizde ortaya ilginç bir kimlik bunalımının çıktığı söylenebilir. İletişim fakültelerinin de bu bağlamda sektörle olan ilişkisi başından beri tartışılmakta, ancak kurulum ve yönelimi göz önüne alındığında sektörle ilişkisinin kaçınılmaz olarak uyumlu olması öncelenmektedir. Erol Mutlu'nun da ifade ettiği gibi, bu fakültelerin de kurulumu bu yönde olmuştur: "Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nun ve daha sonra kurulan basın/yayın eğitimi veren yüksekokulların kuruluş gerekçesi, Lazarsfeld geleneği çerçevesinde, sadece medya personelinin yetiştirilmesine duyulan gereksinimdir. Basın sektörünün SBF Basın ve Yayın Yüksekokulu'nun kuruluşundaki etkin katılımı ve talepleri bu gerekçenin somut kanıtıdır. Ne var ki endüstriyle basın ve yayın yüksekokulları arasındaki ilişki başlangıcından bugüne kadar Lazarsfeld'in Amerika için amaçladığı verimlilik ve işbirliği düzeyine de ulaşmamıştır. Basın endüstrisinin sık sık bu okullardaki mesleki eğitimi yetersizlikle eleştirmesi bu durumun somut bir göstergesidir. Basın endüstrisi okulları denetlemek istemekte, buna karşılık bu okulların üniversiter bünye içinde kurulmuş olmaları, dolayısıyla şu ya da bu ölçüde akademik bir geleneği paylaşmaları, bu denetimin gerçekleşmesini engellemektedir. Böylelikle bu okullar birbirine zıt, uzlaşması pek de mümkün görünmeyen iki yönsemeyi, kuruluş gerekçelerinden de kaynaklanan ve bu gerekçelerin hiç de eleştirilmemesi nedeniyle devam eden bir açmaz yaşamak durumundadırlar.

Bir yanda bu okulların endüstrinin talebine uygun olarak, yani endüstrinin de sözü geçecek biçimde sadece medya personelinin eğitim zemini olarak kalmaları; diğer yandan da ülkenin üniversiter yapısının özelliklerine uygun biçimde, gerçek anlamda akademik bir zemine oturtulmaları ve her türlü eğitim-öğretim faaliyetinin bu zemine dayalı olarak gerçekleştirilmesi ikilem doğurmaktadır. Henüz bu eğilimlerden biri diğerine ağır basmış değildir. Zira üniversite bünyesi içinde, bilimsel ve akademik kaygılardan arındırılmış bir eğitim-öğretim faaliyeti sürdürmenin olanağı (meslek yüksek okulu olarak düzenlenmiş kurumlar dışında) yoktur (Mutlu, 2005: 70-71)." Zira İstanbul Üniversitesi'nin de başlangıç hikayesinde sektörün etkisi son derece belirleyicidir. Gazeteciler yeni kurulacak bir Gazetecilik Enstitüsü aracılığıyla daha iyi gazetecilerin yetişeceği ileri sürmüşler ve çabalarının karşılığını kurulan İktisat Fakültesine bağlı Gazetecilik Enstitüsü ile almışlardır. Dolayısıyla Gazetecilik Enstitüleri, Basın Yayın Yüksekokulları ve nihayet İletişim Fakülteleri'nin kuruluş sürecinde iletişim sektörü bizzat bu okulların açılmasını istemiş ve bu okulları daha nitelikli iletişimciler yetiştirme yolunda son derece önemsemıştır. Görüldüğü üzere, medya endüstrisinin

talepleri, iletişim eğitiminin biçimlenmesinde, başından beri etkili durumdadır.

Tam da bu noktada Türkiye'deki iletişim fakültelerinde iki farklı eğitim modelinin benimsendiği söylenebilir. Bunlardan ilki iletişim eğitiminin akademik bir eğitim olduğu gerçeğinden hareketle, mesleki yeterliliklerden çok, bir sosyal bilim yetkinliğinin hedeflendiği eğitim modelidir. Sosyal bilimin ilgili disiplinlerinin harmanlandığı bu modele göre, iletişim eğitiminin iletişim mesleğini aşan boyutları vardır ve bu kuramsal zemin sağlanmadan mesleki pratiklerin öğrenilmesi yetersiz olacaktır. Bu yönetime göre kuram ile pratik birbirinden ayrılmaz. Ancak bir tercih yapmak gerekirse, teori pratiğin önünde yer almalıdır. Bu bağlamda piyasanın yönelimleri akademinin öncelikli ilgi alanına girmez ve iletişimcilerin misyonu endüstriyel çıkarlarının tatmininden çok daha fazlasını içermektedir. Meral Özbek'in çizdiği resim de bu tamlamaya uymaktadır: "İyi bir iletişimci, genel olarak içinde yaşadığı toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilen ve bunları nasıl yorumlayacağı konusunda bir vizyon edinmiş bir yurttaş olma durumundadır. Herhangi bir yurttaş değil, kamusal bir iletişim ortamının kurulması sürecinde temel bir yeri olan bir yurttaş olarak iletişimci, kamusal sorumluluğu olan biridir ve dolayısıyla bu yönde yeterli bir biçimde donanmış, belli bir iletişim etiğine sahip olarak yetişmiş, bu yönlerde kendini kurma şanslarına sahip kılınmış biri olmalıdır. Bu ise, sadece toplumsal olarak mevcut olanın yapı ve işleyişini değil ama aynı zamanda olması gereken konusunda eleştirel bir perspektif edinmesinin mümkün kılındığı tercihler sunan bir eğitim ortamı ve programı gerektirir (Özbek, 1993: 325).

İkinci modele göre ise, sektörün beklentilerinin tatmini ve mezunların piyasa iş bulabilme imkanları önceliklidir. Dolayısıyla "piyasanın istediği iletişimcileri yetiştirmek" öncelikli bir hedeftir. Nitekim pek çok fakülte de misyonunu, sektöre eleman yetiştirmek, onların meslek yaşamlarında kendilerine katkı sağlayacak deneyimleri kazandırmak olarak tanımlamaktadır. Sözgelimi her iletişim fakültesi misyonunu ve amacını dile getirirken öğrencilerin piyasada iş bulabilme olanaklarına katkı sağlamayı öncelikli bir amaç olarak belirlemektedir. Vakıf üniversitelerin ilgili bölümlerine bakıldığında yönelimin tamamen piyasa odaklı olduğu görülmektedir. Aynı durum pek çok devlet üniversitesi için de geçerlidir. Özellikle yeni açılan vakıf üniversiteleri kendilerini diğerlerinden farklılaştırırken sektörle iç içe olduklarını, sektörden pek çok temsilcinin ders verdiğini, mezunlarına daha fazla iş olanağı sunduklarını ısrarla vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra çoğu devlet üniversitesi de mezunlarının istihdamını önemli ve öncelikli bir hedef olarak görmektedir. Ağırlıklı olarak Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından tercih edilen birinci modele nazaran, piyasanın gerekliliklerini önceleyen ikinci model iletişim fakültelerinin sayısı gün geçtikçe artmakta ve iletişim eğitimi ile piyasa beklentilerini buluşturmaya pek çok kurum için birincil hedef olmaktadır.

2.2. İletişim Eğitiminde Eğitici Ya Da Öğretim Üyesi Sorunu

İletişim eğitimi dünyanın her yerinde özel becerilerin bir araya toplanmasını zorunlu kılan, belli bir kentsel birikimi gerektiren, altyapı organizasyonu ile pahalı, dinamik sektörüyle de her daim güncel ve yeni olmayı zorlayan bir doğaya sahiptir. Dolayısıyla oldukça yetkin kadrolara ve sağlam bir altyapıya gereksinim duyar. İletişim fakültenin bünyesinde hem iletişim disiplininden, hem de son derece disiplinli bir alan olduğu için diğer disiplinlerden bir akademik birikimin yanı sıra, reklamlar, halkla ilişkiler, gazetecilik, fotoğrafçılık, sinema, televizyon, grafik ve internet konularında uzmanlaşmış kadrolara ihtiyaç vardır. Dolayısıyla ülkemizin ancak gelişmiş kentlerinde oluşabilecek bir birikim iletişim eğitimi için gerekli olduğunu söylemek yanlış olmaz. Her ne kadar günümüzde üç büyük şehir iletişim fakültelerinin neredeyse yarıya yakını barındırıyorsa da, özellikle diğer yarının ne zaman yetkin bir iletişim eğitimi vereceği son derece belirsizdir. Kaldı ki, büyük şehirlerdeki iletişim fakülteleri de ciddi sorunlarla karşı karşıyayken, bu sorunların yeni fakültele ev sahipliği yapacak olan bazı şehirlerde nasıl giderileceği gerçekten de merak konusudur. Dolayısıyla sorunların başına yetişmiş öğretim elemanı ihtiyacını koymak, yanlış bir sıralama olmayacaktır. Kaldı ki, iletişimin bir disiplin olarak ülkemizin, yeni disiplinlerinden biri olması, fakülte düzeyindeki tarihinin henüz çok yeni olması, bugün açısından önemli oranda bir

eğitim-öğretim kadrosu ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Büyük fakülteler, kadrolarını cazip tekliflerle gelen vakıf üniversitelerine kaptırmakta, yeni kurulan fakülteler ise iki iletişim yardımcı doçentini dahi bulamaz hale gelmektedirler. Dolayısıyla yetişmiş insan gücü, hele de kendi disiplininden gelen işgücü birikimi son derece kısıtlı olan iletişim fakülteleri, üniversitelerin diğer disiplinlerinden pek çok öğretim elemanına kucak açmak zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla pek çok iletişim fakültesi, ciddi oranda “alan dışı” birikime ihtiyaç duymakta, fakat bu durumun ciddi sakıncaları beraberinde getirdiği gözlemlenmektedir. Bambaşka bir bağlamda yetişmiş, tarihçi, psikolog, hukukçu, sosyolog, işletmeci, veteriner, siyaset bilimci, vb. gibi farklı disiplinlerden gelen, hatta iletişimle ilgisi olmayan öğretim üyelerinin 21. yüzyıla iletişimci yetiştirmeye muktedir olduklarını düşünceleri son derece şaşkıncıdır. İletişim kökenli öğretim üyeleri diğer disiplinlere hep tereddütle yaklaşırken, asla bu fakültelerin hocası olmayı göze alamazken, diğer disiplinlerden gelenlerin iletişime aynı tereddüt ve saygıyla yaklaştıklarını söylemek olanaklı değildir. Ayrıca hala daha kendi disiplin geleneğini yaratamamaları iletişim fakültelerindeki eğitimin niteliğiyle ilgili olarak son derece yaşamsal bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. “Disiplinler tarihsel olarak bilgiyi örgütlemenin başlıca aracı olmuş ve yeni anlayışların üretimi için kalıplar olarak hizmet vermişken (Gür, 2003:181)”, iletişimde böyle bir yönelim standartlaşmasının olmamasının ciddi akademik sorunlara yol açtığı aşıkardır. Belki de bu yüzden, verilen teorik eğitim bir türlü anlamlı bir bütüne tekabül edememektedir. Şüphesiz ki iletişim disiplinler arası bir bilimdir. Fakat mevcut öğretim üyelerine baktığımızda, neredeyse her disiplinden gelenin içeri buyur edildiği, bir disiplin standardının bir türlü tutturulamadığı, “ne yapsan gider” mantığının hakim kılındığı bir akademik ortamı, disiplinler arası olarak nitelenecek bilimin özüne ihanettir. Dolayısıyla bu noktada nitelikli ve alandan öğretim elemanının azlığı, iletişim fakültelerinin sayısal yoğunluğu göz önüne alındığında karşımıza öncelikli sorunlardan biri olarak çıkmaktadır.

2.3. İletişim Eğitiminin Sektörel Karşılığı

İkinci tartışma noktası ise, sektör akademisi eşgüdümünde yaşanan sorunlardır. Görece öğretim elemanı problemini aşmış iletişim fakültelerinde bile karşımıza sıklıkla çıkan sorunlardan biri, iletişim eğitimi almış öğrencilerin sektördeki iletişim pratiklerinden uzak oluşudur. İletişim fakülteleri kendilerini nasıl tanımlarlarsa tanımlasınlar, sektörün iletişim fakültelerinde verilen eğitimi sıklıkla eleştirdiği bilinmektedir. Sektör sadece verilen pratik eğitimi değil, kuramsal eğitimi de yetersiz bulmakta, bu noktada iletişim eğitiminin doğasının sorgulanması kaçınılmaz hale gelmektedir. Öğrencilerin iletişim fakültelerine çok hazır gelmediklerini ve bir noktaya kadar yetiştireceklerini kabul etmekle beraber, “iletişim sektöründe iletişim fakültesi mezunları, neden uluslararası ilişkiler, işletme, iktisat, filoloji, sosyoloji, vb. gibi fakültelerin mezunları kadar değer bulmuyor?” sorusunun yanıtı bu alandaki pek çok problemi ortaya sermektedir. Şüphesiz ki, pek çok sektör, o konuya yönelik profesyonel donanımları olmayan kişiler tarafından tercih edilebilir. Sözgelimi, bir sosyolog çok başarılı bir tarihçi, veteriner işletmeci ya da iletişimci de ekonomist olabilir. Ama çok az sektör, belki de hiçbir sektör iletişimciler kadar kendi profesyonelleri yerine başka disiplinlerin profesyonelleriyle çalışmaya daha sıcak bakmaktadır. Sektördeki pek çok gazeteci, iletişim fakültelerinde verilen eğitimi, gazetecilik uygulamaları adına yetersiz bulmaktadır. Sözgelimi gazeteci Rıdvan Akar, konuyla ilgili şunları söylemektedir: “Benim iletişim fakültesi öğrencilerinde gördüğüm temel noksanlık, hemen hemen hiçbir pratik tecrübeye sahip olmadan üniversiteden mezun oluyor olmaları. Her şeyi teorik olarak biliyorlar ancak pratikte noksanlıkları olduğu için, öğrenciler bir üniversite mezunu gibi değil de, bir çirak gibi medya kuruluşlarında işe başlamak durumunda kalıyor. Ben şaşırarak dördüncü sınıf öğrencilerinin pek çoğunun haber yazamadıklarını görüyorum. Arkadaşlarımızın gazete ve televizyona göre haber nasıl yazılır, hangi noktalara dikkat etmeleri gerekir, bu konularda çok eksik olduklarını görüyorum. Bırakın bu ayrımı, imla kurallarını dahi yeterince bilmiyorlar. Bu şartlarda açıkçası ben tercih yapan öğrencilere, iyi gazeteci olmak istiyorsanız iletişim fakültesinde okumayın derim. Başka bir fakültede okursanız bir formasyon elde edebilirsiniz ve bu formasyonun gazetecilik mesleğinde çok faydasını görürsünüz (Akar, 2005).” Daha da ileri gitmek gerekirse, değil ulusal yayıncılık yapan kuruluşlar yerel basın

işletmeleri dahi iletişim fakültesi mezunlarına tereddütle yaklaştığı bilinmektedir. Şüphesiz ki bu kan uyumsuzluğunun tek sorumlusu iletişim fakülteleri değildir. Sektördeki çalışma koşulları, ne tip haberlere değer verildiği, sahiplik yapısından kaynaklanan sorunlar ve yeni mezunlarını bu duruma adapte olmakta zorlanmaları gibi pek çok faktör yaşanır ve uyumsuzluğun derinleşmesine etki eden nedenler olarak görülebilir. Ama temel neden, “mezunlarımız basın kuruluşları için profesyonel bir değer taşımamalarıdır.”

Profesyonel değer, sektör akademi uyumsuzluğu tartışmalarında akademisyenlerin sözü sıklıkla iletişim etiğine getirmeleri bir anlamda çok haksız bir girişim değildir, ancak iletişim fakültesi mezunlarının “çok ahlaklı” olduklarını iddia etmek problemi çözmek için yeterli değildir. İletişim fakültelerinde öğretilen etik ilkelerin çoğu zaman piyasada karşılığının olmaması bir etkidir, ama esas yoğunlaşmamız gereken nokta, piyasada hangi anlayışla karşılaşırса karşılaşınlar, çok çizgisel bir biçimde mezunlarımızın yaptıkları “iş”teki yetkinlikleridir. Bu noktada iletişim fakültelerinin de, bu hedefi önemsemedikleri söylenemez. Aksine önemsenmekte, buna dönük olarak iyileştirme çabaları gündeme alınmakta ama sektör profesyonelleri tarafından ürünlerimiz olan öğrencilerimiz bir türlü “yeterli” bulunmamaktadır. Şüphesiz ki, iletişim adı altında da olsa bir fakültenin görevini sadece mesleki becerilerle sınırlandırmak kısır bir hedef tespiti olur. Ama hedeflerden biri de olsa, mesleki beceri kazandırmada iletişim fakültelerinin yeteri kadar başarılı olmadığını açıklar.

İletişim fakültelerinde mesleki beceri kazandırmayı hedefleyen derslerin pek çoğunun, öğrencilere gerekli donanımı sağlayamadığı görülmektedir. Haber yazma teknikleri, kısa film, belgesel, halkla ilişkiler kampanyaları, reklamda yaratıcılık uygulamaları, web tasarımı, foto muhabirlik, fotoğraflık uygulamaları, masa üstü yayıncılık gibi pek çok mesleki dersin, öğrencileri ilgili konularda yetkinleştirdiğini söyleyebilmek kolay değildir. Bunda da en önemli faktör olarak uygulama araçlarının yetersizliği, özel uygulama gerektiren bu tip derslerde öğrenci sayısının fazla olması ve öğretim üyelerinin ilgili pratik derslere yatkın olmamaları gösterilebilir. Fotoğraf makinesiz fotoğrafçılık, kamerasız kamera dersleri şaka değil sıklıkla karşılaşılan bir eğitim gerçeğidir. Stüdyosu olan iletişim fakültesi sayısı parmakla sayılıdır. Aynı şekilde pek çok derste de, öğrencilere pratik yapma olanağı sağlanmamaktadır. Özellikle mesleki beceri kazandırmaya dönük bu derslerde, öğrenciler ne kadar çok pratik yaparlarsa o kadar yetkinleşebilirler. Bazı üniversitelerde hiç röportaj yapmadan mezun olan gazetecilik bölümü öğrencilerine dahi rastlanmaktadır. Ayrıca bu tip derslere giren öğretim görevlilerinin de ne kadar yetkin olduğu ayrı bir tartışma konusudur. Gazetelerin kapılarında dahi içeri girmemiş, kampanya planlamamış, bir sette bulunmamış, mesleki iletişim dersleri evreniyle ilgili olarak sadece kitabı ya da klişeleşmiş bilgilere sahip olan öğreticiler doğal olarak öğrencilerine iletişim ile ilgili bir enerji aktarımı sağlayamamaktadır. Bu durumda bu tip dersler için dışarıdan profesyonel öğretim elemanı getirmenin de, ilgili problemlerin çözümü adına her zaman işlevsel bir katkı sağladığı söylenemez. Çünkü bilinen ifadesiyle, genelde “anırlarını anlatan” bu profesyoneller kendi işlerindeki başarılarını, bir ders bağlamında aynı düzeyde öğrencilerine aktaramayabilmektedirler. Zaman zaman pek çok profesörden daha fazla derslerini sahiplenen bu öğretim üyeleri, çoğu zaman dersi işleme ve bir sistem dahilinde öğrenciyi yetiştirme konusunda başarılı olamamaktadır. İyi profesyonel olmakla, iyi bir öğretim üyesi olmak her zaman denk gelmemekte, bu durumda ilgili dersin meslek profesyoneli tarafından verilmesinden öğrenci çok somut düzeyde fayda sağlayamamaktadır.

Bu noktada sözü iletişim fakültelerinin pratik yapmalarına en çok olanak sağlayan uygulama birimlerine getirmek gerekir. Pek çok üniversitede çeşitli uygulama birimleri olmakla birlikte, buralarda sektöre rahatlıkla adapte edilebilecek, yetkin uygulamaların hayata geçemediği görülmektedir. Sözelimi, hemen her iletişim fakültesinin bir uygulama yayını bulunmaktadır. Belki çok daha ciddi bir çalışmanın araştırma nesnesi olabilir ama bu yayın organlarının, bazılarının piyasayı küçümseyen, eleştiren ama iş “üretmeye” geldiği zaman piyasada asla tutunamayacak öğretim üyeleri tarafından kelimenin tam anlamıyla “beceriksizce” koordine edildiği görülmektedir. Bu yayının organları, genç iletişimcilerin kendilerini yetiştirdikleri yayın organları olmak yerine, dekanlık

ve rektörlüğün ne kadar başarılı işlere imza attığını eşe-dosta duyuran propaganda bültenlerine dönüşmüş durumdadır. Dolayısıyla kendi medyalarında “iyi habercilik” yapma şansı bulmayan öğrenciler, piyasaya girdiklerinde haber takip etmeyi, sosyal çevre edinmeyi ve haber metinlerini yetkin bir şekilde kurgulamayı –doğal olarak- başaramamaktadırlar. Esasta uygulama birimlerinin mezun olacak gençler için, son derece işlevsel antrenman sahaları olmaları beklenir; çünkü adı üstünde temel işlevleri öğrencileri uygulamaya yönlendirmektir; fakat ortaya çıkan ürünlere bakıldığında bu birimlerin “verim” anlamında ciddi açıdan sorgulanmaları gerekmektedir. Bu noktada bazı fakültelerin hala daha eski alışkanlıklarını devam ettirdiklerini görmekle birlikte, Marmara, Galatasaray, Selçuk, Erciyes, Bahçeşehir, Yeditepe, İstanbul Ticaret ve Akdeniz Üniversitelerinde sivil bir anlayışla uygulama birimlerinin yapılandırıldıklarını görmek mesleki gelişim adına oldukça sevindiricidir.

2.4. İletişim Fakültelerinin Kuramsal Birikiminin Yeterliliği

Sektörle kurulacak ilişkinin biçimi öncelikle her fakülte için bir tercih meselesidir. Mezunların iş bulamaması pek çok akademisyen için “teknisyen yetiştirmek hedeflenmediği” için öncelikli bir değerlendirme kriteri olmayabilir. Ancak “dünyaya eleştirel bir gözle bakabilen, bilimsel araştırma yapabilen, sosyal bilimlerin farklı disiplinlerine vakıf ve disiplinlerarası yolculuklara cesaretle çıkabilen” iletişimcileri yetiştirdiğimiz iddiasının da ne kadar “doğru” olduğunun iyi sorgulanması gerekir. Bu noktada da iletişim fakültelerinin akademik birikim anlamında da sorunlu olduğunu kabul etmek gerekir. İletişim pratiklerindeki yetkinlik anlamında kıyasıya eleştirilen iletişim fakülteleri, kuramsal birikim açısından da çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Bu noktada eleştirilerini genel olarak sektörün olumsuzlukları üzerine inşa eden iletişim fakültesindeki öğrencilerin performansları da mutlaka sorgulanmalıdır. İletişim fakültelerinde görev yapan öğretim kadrosunun öğrencileri sektöre yeteri kadar hazırlamadıkları gibi, teorik düzeyde de onlarda bir “araştırma isteği” uyandırdıklarını söylemek çok zordur.

Aynı şekilde, pek çok ders programı, hele de globalleşmenin bu kadar yoğun yaşandığı bir ortamda “günün dilini” doğru ve yetkin bir şekilde konuşma konusunda ciddi problemler içermektedir. Yeni yönelimler, gündemdeki tartışmalar ve gündem dışına düşen eğilimlerin doğru analiz edilip, ders programlarını bu doğrultuda yenileyen fakülte sayısı oldukça azdır. Hele de art arda açılan iletişim fakültelerini göz önüne getirdiğinizde, durum daha da acı verici bir hale dönüşmekte, zaman zaman yapılan şu eleştiriler fakültelerin sıradan gerçeği haline gelmektedir: “İletişim eğitimi veren fakültelerde çoğunlukla ders programının bölümlere göre değil de, o bölümde görev yapan öğretim üyelerinin branşlarına uygun olarak düzenlenmesi yoluna gidilmiştir. Örneklerini çoğaltabileceğimiz bu olaylar, yüksek bir puanla iletişim eğitimi almak üzere fakülteyi kazanmış öğrencilerin birçoğunda hayal kırıklığı ve küskünlük yaratmaktadır. Ancak bunu söylerken, özellikle meslek derslerinde konusuna hakim, altyapısı sağlam ve gerekli bilgilerle tam olarak donatılmış öğretim kadrosuna duyulan ihtiyaç doğusundan batısına, yeni açılanlarda daha çok olmakla birlikte, tüm iletişim fakülteleri için genel bir sorun olarak karşımızda durmaktadır (Bingöl ve Yılmazkol, 2000: 471).

Bu noktada bir başka önemli gösterge de, iletişim alanına yapılan yayınlardır. İletişim akademisyenleri tarafından oluşturulan, iletişim literatürüne alıcı bir gözle bakıldığında, yapılan yayınların pek çoğunun yeni bir şey söylemek amacı taşımadığı görülmektedir. Bu kitaplar daha çok pragmatist faydaları için yayınlanmış doktora ya da doçentlik tezlerinin basılmış hallerinden fazlası değildir. Bu “akademik” kitaplar genelde, özel bir okur kitlesini, özellikle de juriyi hedeflemiş, yazarın öznelliğinin geride kaldığı, “ben” diyemeyen, akademik standartlar açısından uygun ama hayata dair yeni bir şey söyleme kaygısı duymayan metinlerden oluşmaktadır. Ya da ders kitabı olarak tasarlanmış bu metinler, iletişim alanında yaşanan güncel sorunlara yanıt bulma konusunda pek doyurucu değildir. Yazılan metinlerde pragmatist kaygıların baskın olduğu, hissediş, duyuş, merak, öfke, tavır ve duyarlılık gibi duyguların ilgili metinler bağlamında bir “değer” ifade etmediği

görülmektedir. Bu konuda ciddi bir kalitesizlik ve ciddiyetsizliğin hüküm sürdüğünü iddia etmek, yanlış olmayacaktır.

Ayrıca akademik dergilerin, ulusal-uluslar arası iletişim sempozyumlarının ya da yapılan diğer akademik faaliyetlerin niteliğinde de, sık sık gündeme geldiği üzere ciddi sorunlar vardır. Yükseltme kriterlerinin “olabildiğince” subjektif yapılandırıldığı, bilimsel ölçütün “yayın yapmak”, “kongrelere gitmek”le tanımlandığı bir ortamda bu dilin hakkını veren pek çok iletişim akademisyeni olduğunu görmek sürpriz değildir. İletişimin “pazarının” genişliğinin, “gözükmeyi”, “pazarlamayı” ve “iş kapmayı” öneleyen, oldukça pragmatist bir akademisyen kuşağına cesaret verdiği kesindir. Geçmişin toplumcu ya da kendi halindeki hocalarının –“flaneur” edasında tek tük fakülte koridorlarında görünen- yerini prezentabl ve çok şeye muktedir, cesur ama “üretim kabızı” bir kuşağın almakta olduğunu görmek de hüzün vericidir. İlgili kuşağın üretimlerine baktığımızda da, “gürültü”nün yoğun ama “ses”in oldukça kısık olduğu görülmektedir. Bu noktada İrfan Erdoğan’a hak vermemek elde değildir: “Biz de çalışmamaya yönelik o kadar çok neden var ki, aynı zamanda bilgiçlik sağlamaya yönelik nedenler bunlar. Çünkü sen profesörsün ve bilgiçlik taslamak lazım. Bilgi üretilmiyor. Bunun en önemli nedeni, akademide öyle bir gelenek kurulmuş ki, bu gelenek üretmemenin teşviki üzerine temellenmiş. Üretim ilişkileri de öyle bir temellenmiş ki, aslında üretim var ama bunun bilimle alakası yok. İletişim alanında gelişmemizi sağlayacak bir üretim yok. Aynı zamanda akademinin topluma faydası bağlamında da bir gelişim yok. Olmaz zaten. Üretim tarzı böyle bir ilişkiyi üretmez çünkü. Sözgelimi çoğu araştırmada, araştırmacının kaygısı doğruyu bulmak değil, “akıllıca” eline geçirdiği bu gücü akıllıca kullanıp kendi çıkarına bir şeyler sağlamak ve kendini ilerletmek. Öyle adamlar var ki, yaptığının birilerinin çıkarına uygun olsun diye iş yapıyor ve birileri kendi çıkarına uygun iş yapan bu adamı bir yere getiriyor. Dikkat edersen ilişkinin tarzı bu şekilde (Erdoğan, 2006: 22). Böyle bir atmosferde Tosun Terzioğlu’nun yol haritası, belki bazı akademisyenlerin mesleki sorumluluklarını yeniden gözden geçirmeleri noktasında uyarıcı vazifesi görebilir: “Akademisyenler olarak akademik başarı kavramını belki yeniden tanımlamalıyız. Makale yazmak, makale bastırarak veya sadece statümüzü onaylatmak amacıyla bilimsel toplantılara katılmaktan ibaret, dar anlamlı başarıların ötesinde bir şeyler aramalıyız. Başarıyı tanımlayacak ölçütlerimize yeni boyutlar katmalıyız. Araştırmanın amacı bir olgu ya da olayı daha iyi anlamak, bilinenden farklı ve özgün bilgi üretmek olmalı. Biz kendimiz bir şeyi daha iyi anlarsak daha da iyi anlatırız. Ders vermeyi araştırmayla, farklı ve yeniyi aramakla işi çözen bir iş olarak görebilmeliyiz. Bölümümüz dışında başka bölümler, üniversitemiz dışında başka üniversiteler olduğunu hatırdan uzak tutmamalı ve elimize fırsat geçtiğinde disiplinler arası maceralara girmekten çekinmemeliyiz (Terzioğlu, 2003: 7).

2.5. Diğer Temel Tartışmalar

Kısacası tüm bu göstergeleri bir araya getirdiğimizde hem teorik olarak, hem de pratik olarak pek çok sorunun iletişim eğitimini parsellediği görülmektedir. Şüphesiz ki yetersiz teori, uygulamasız pratik, özgün bir dile ulaşma çabası içinde olmayan akademisyenler sadece İletişim Fakülteleri’ne özgü bir Türkiye gerçeği değildir. Muhtemelen iktisat, işletme, eğitim, fen-edebiyat, siyasal bilgiler fakültelerinde de benzer sorunlar bulunmaktadır. İletişim özelinde bu sorunları çok önemli kılan noktalardan biri de, gerçekten iletişim sektörünün rekabet koşullarının sert olması ve pek çok farklı disiplinden gelen gençlerin burada pay kapma yarışına girmeleridir. Disiplinler arası bir eğilimle biçimlenen iletişim fakülteleri, diğer fakültelele kıyasla her şeyin “biraz” öğrendiği bir görünüm sergilemektedir. Gerçekten de, teorik derslere baktığımızda ekonomiden sosyolojiye, psikolojiden siyasete, tarihten hukuka kadar uzanan geniş bir yelpazeye karşılaşılmaktadır. Fakat temel problem tüm bu renkler birleştiğinde ortaya manalı bir bütünlük çıkmamasıdır. Her ders-ten bir parça almak, tüm bu dersleri iletişim bağlamı içinde özümsemek sonucuna çoğu zaman öğrencileri ulaştırmamaktadır. Bu da doğal olarak güvensiz, uzmanlığı olmayan, sinik bir mezun prototipini kaçınılmaz kılmaktadır. Diğer sosyal bilim fakültelerinin iletişime göre en büyük artısı, hiç olmazsa bir konuda uzmanlık vaad ediyor olmalarıdır. Uzmanlığın yanı sıra, diğer fakültelerin

verdiği eğitimin, daha eski ve kurumsallaşmış olmaları da, iletişime kıyasla daha güvenilir kabul edilmelerine yol açmaktadır. Sözgelimi ekonomi muhabirliği için, iktisat fakültesi mezunları, ekonomi haberciliği dersi almış olan iletişim fakültesi mezunlarına göre çok daha avantajlı oldukları bilinen bir piyasa gerçeğidir.

Diğer fakültelerin bir diğer avantajı da, iletişim fakültelerindeki eğitim bütünlüğünün olumsuz imajıdır. Özellikle 4. sınıfta okula devam eden öğrenci sayısının son derece az olduğu bilinmektedir. Pek çok öğrenci, öğrenciliği döneminde çalışmaya başlamakta ve full-time bir işte çalışmanın okulunu engellemeyeceğini, engellememesi gerektiği düşünmektedir. Fakülte yönetimleri, bu süreci engelleme adına devam zorunluluğunu gündeme getirirse de, öğrencileri mutlak ikna etme konusunda başarılı olduklarını iddia etmek zordur. Hayatlarını istihdam olacakları işe göre planlayan gençler, okulla iş arasında bir tercih yapma noktasına geldiklerinde çoğu zaman işi tercih etmekte ve buldukları bu "fırsatı" okulu uzatma uğruna heba etmek istememektedir. Dolayısıyla iletişim fakültesi mezunu olmanın, istihdama yönelik somut bir katkısı olmadığı için çoğu öğrenci için ön planda olmadığı ileri sürülebilir. Bu olumsuzluğun ve ortamın pek çok gazete çalışanı da farkında; doğal olarak mezunların sektöre girdiklerinde çok da saygı görmedikleri, hatta diğer fakülte mezunlarına kıyasla "geri" kabul edildikleri bilinmektedir. Çünkü standartları sektör çalışanları tarafından bu denli bilinmeyen başka bir fakülteden mezun olmak, çoğu zaman hiç olmazsa bir konuda "iyi olmak" ya da "kötü olmamak" anlamına gelmektedir.

İletişim fakültelerinin "sağlam" bir disiplin eğitimi verememelerinin yanı sıra, bir diğer ciddi dezavantajı da, mezunlarına yabancı dil katkısını gereği kadar yapmamasıdır. Yabancı dil, iletişim alanı için son derece yaşamsal bir öneme sahiptir. Fakat, özellikle devlet üniversitelerinin çoğunda yabancı dil eğitimi, adeta yasak savarcasına verilmekte ve mezun öğrenciler yabancı dil konusunda güven sahibi kılınmamaktadır. Pek çok yönetici için yetkin bir yabancı dil bilgisi, tercih nedeni olurken bu noktada -fazla etkin olamayan hazırlık sınıflarından geçmiş olsalar bile- iletişim fakültesi mezunları görece geride kalabilmektedir. Özellikle İngilizce bölüm mezunlarının, mesleki pratiklerinin azlığına rağmen iletişim fakültesi mezunlarından daha fazla saygı görmesinin ardında yatan temel neden de dil bilmeleridir. Yabancı dil bilmenin, bu denli ayırt edici olduğu bir süreçte, geçmişte alaylılarla rekabet içinde olan, fakat günümüzde artık "alaylı" rakipleri piyasadan silinen gazeteci adaylarının yeni rakipleri, sosyal ve fen bilimlerin diğer bölümlerinden mezun olan, daha vizyonlu oldukları genel kabul görmüş, İngilizceye hakim gençlerdir. Yabancı dil meselesini halledememiş fakültelerin, mezunlarına istihdam olanağı sağlama konusunda çok da şansları olmadığı ortadadır ve maalesef iletişim fakülteleri de bu yetkinliği öğrencilerine kazandırma konusunda genel olarak başarılı değildir.

Bir diğer önemli problem de, son yıllarda özellikle İstanbul merkezli saha sektörel ve esnek örgütlenmelerin iletişim eğitimi alanına girmeleri ve fakültelerin 4 yılda verdikleri eğitimden çok daha fazlasını çok daha kısa sürede vermeyi vaat etmeleridir. Televizyon gazeteciliği, spor muhabirliği, kısa film, belgesel, fotoğrafçılık, halkla ilişkiler ve reklam alanında pek çok sektörel ortaklı girişim sertifika programları düzenlemekte ve bu anlamda bazı popüler isimlere ders verdirerek iletişim fakültelerinden rol çalmaktadır. Bu esnek girişimlerin ataklarına karşılık verebilen fakülte sayısı fazla değildir. Ağırlıklı olarak bürokratik sorunlarla boğuşan ve yaşanan değişimi takip edemeyen fakülteler, ilerleyen zamanlarda bu konudaki tekellerini ciddi ölçüde kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadır. "Üniversitelerin gitgide kamu alanının aktif ve etkileyici üyesi olma pozisyonunu yitirdiği (Tekeli, 2003: 140) bir ortamda, daha yalın, daha esnek ve daha girişimci örgütlerin bir zamanlar üniversitelerin egemenliği altında bulunan mekanları işgal etmesi son derece anlaşılırdır; çünkü üniversitenin iş örgütlenmesi bu yeni koşullar altında birçok alanda bu değişimle rekabet edecek durumda değildir (Greenwood ve Lewin, 2003:76). Yaşanan değişimin bu denli dışında kalan fakültelerin daha esnek ve profesyonel bir idari yapıya sahip olmadan, prestijlerini koruyabilmeleri mümkün değildir. Özellikle teknolojik değişimin bu denli yoğunlaştığı bir ortamda, fakültelerin aşağıdan pek çok yeni bilgiyle gelen gençleri tatmin edecek yeterliliğe ulaşmaları,

kendi konuları açısından son derece önem taşımaktadır.

Son olarak tüm yükseköğretim kurumlarındaki ekonomik sorunlar da iletişim eğitiminin daha yetkin olabilmesinin önündeki önemli engellerden biri olarak görülmektedir. 2006 yılında Gazi Üniversitesi'nde yapılan araştırma, öğretim elemanlarının yaşadığı sıkıntıları net bir şekilde ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, öğretim elemanlarının üçte birinin her zaman ek iş yapma gereksinimi duydukları ortaya çıktı. Öğretim elemanlarına göre, yaşadıkları en önemli sorun sırasıyla ücret düşüklüğü, çalışma koşullarının olumsuzluğu ve yükselme zorlukları. Belki de en dramatiği, Türk üniversitelerinde çalışan öğretim elemanlarının, dörtte üçünün iş doyum düzeyi orta ve düşük düzeyde olmasıdır (Özdemir, 2006: 577–578). Bu konuda daha yakın zamanda yapılan bir diğer araştırma da Gazi Üniversitesinin verilerini doğrulamaktadır. Türk Eğitim-sen tarafından 2009 yılında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre akademisyenlerin en önemli sorunu yüze 44.4 ile ücret seviyesinin düşüklüğü olarak ortaya çıkmıştır (Bilgin, 2010: 193). Böyle bir atmosferde, gereği kadar motive olamayan öğretim üyesinin, doğal olarak bu olumsuzluğu öğrencilere yansıttığını ve arada sağlıklı olmayan bir iletişim biçiminin kendi kendine yeşerdiğini vurgulamak gerekir. Özellikle üniversitenin geleceğini oluşturan araştırma görevlilerinin aldıkları düşük ücretlerin onların mesleki heveslerini olumsuz etkilediği de önemli bir problem olarak göz ardı edilmemelidir.

2.6 İletişim Fakülteleri Öğretim Üyelerinin Genel Görünümü

Bu başlık altında Türkiye'de yer alan iletişim fakültesi öğretim üyelerinin sayısı, cinsiyeti, eğitim gördükleri alanlar gibi temel düzeyde değerlendirme yapmaya olanak sunacak verilere değinilmektedir.

3. Yöntem

Çalışma, iletişim fakültelerinde yer alan öğretim üyelerinin sayısı, cinsiyet dağılımı, lisans ve doktora eğitimlerinin iletişim alanı ile ilgili olup olmadığı, iletişim fakültelerinin coğrafi dağılımı gibi konularda temel verilere dayalı olarak yorumlar sunmaktadır. Çalışmada, var olan bir durumu ortaya koymaya yönelik olarak niceliksel betimleme yöntemi kullanılmıştır. İletişim Fakülteleri Ortak Platformu web sayfasında yer alan iletişim fakülteleri listesi evren olarak kabul edilmiştir. 17-22 Ağustos 2011 tarihi arasında web sayfalarına erişim sağlanmıştır. Fakülte web sayfalarından bölümlere ilişkin alt sayfalara ve öğretim üyelerinin özgeçmiş bilgilerine ulaşılmıştır. Ancak yeterli düzeyde bilgiye ulaşılamayan ya da hakkında hiç bilgi olmayan öğretim üyelerinin varlığı, çalışmanın sınırlılığı olarak kabul edilebilir.

Erişim sorunu yaşanan 1 adet fakülte web sayfası, fakülte ile ilgili hiç içerik sunmayan 3 adet iletişim fakültesi web sitesi belirlenmiştir. Dolayısıyla 4 adet iletişim fakültesine ilişkin veriye, ulaşılamamıştır. Çalışmada yapılan sınıflamada, yaygın olarak kabul gören “öğretim üyesi” tanımlamasına uygun olarak ders verenler sınıfında değerlendirilen “yardımcı doçent doktor”, “doçent doktor” ve “profesör doktor” unvanları kullanılmıştır.

Bölgümlere Göre Öğretim Üyesi Dağılımı

Halkla İlişkiler Ve Tanıtım	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	32 (%35)	12 (%27)	16 (%52)	60
Kadın	61 (%65)	32 (%63)	15 (%48)	108
Toplam	93	44	31	168

Halkla İlişkiler programı Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler gibi isimlerle 35 üniversitenin eğitim-öğretim programında yer almaktadır. Üniversitelerin iletişim fakülteleri içinde müfredat bakımından en yaygın ikinci bölüm olarak yer bulmaktadır. Öğretim üyesi sayılarına bakıldığında kadın akademisyenlerin erkeklere oranla sayıca daha fazla olduğu belirtilir. Akademik kadroların dağılımı açısından yardımcı doçent sayısı diğer kadrolara oranla sayıca daha fazladır.

Gazetecilik	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	45 (%63)	24 (%57)	18 (%51)	87
Kadın	26 (%37)	18 (%43)	17 (%49)	61
Toplam	71	42	35	148

Gazetecilik programı Basın ve Yayın gibi farklı isimle toplam 26 üniversitenin iletişim fakültesinde yer almaktadır. Öğretim üyesi sayısı açısından değerlendirildiğinde halkla ilişkiler ve tanıtım bölümünden farklı olarak erkek akademisyen sayısının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Akademik kadroların dağılımı açısından yardımcı doçent sayısı diğer kadrolara göre sayıca daha fazladır.

Radio Televizyon Ve Sinema	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	41 (%53)	16 (%41)	17 (%40)	74
Kadın	37 (%47)	23 (%59)	25 (%60)	85
Toplam	78	39	42	159

Radio Televizyon ve Sinema bölümü halkla ilişkiler ve tanıtım ve gazetecilik bölümlerinden daha yaygındır. 36 üniversitenin iletişim fakültesinde bölüm olarak yer almasına karşılık öğretim üyesi sayısı bakımından halkla ilişkiler bölümünden daha az öğretim üyesine sahiptir. Radio televizyon ve sinema bölümü, sinema ve televizyon ya da radyo sinema ve televizyon gibi isimlerde müfredatta yer almaktadır. Öğretim üyesi sayısı açısından bakıldığında halkla ilişkiler bölümü gibi kadın akademisyen sayısı erkeklere oranla daha fazladır ancak, halkla ilişkiler bölümü gibi yüzde olarak daha ağırlıklı değildir. Akademik kadroların dağılımı açısından ilginç bir biçimde toplam profesör dr sayısı diğer bölümlere göre daha fazladır.

Görsel İletişim Tasarımı	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	13 (%57)	2 (%50)	8	23
Kadın	10 (%43)	2 (%50)	-	12
Toplam	23	4	8	35

Görsel iletişim tasarımı bölümü, iletişim tasarımı ya da görsel sanatlar ve görsel iletişim tasarımı adıyla toplam 18 iletişim fakültesi programında yer almaktadır. Gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım gibi geleneksel bölümlere göre program olarak kuruluş tarihi daha yenidir. Bu nedenle öğretim üyesi sayısı bakımından da diğer üç bölümün gölgesinde kalmaktadır. Devlet üniversitelerinde akademik kadroların artırılması yeni bölüm açılması ya da ikinci öğretim programlarının açılması-na bağlı olduğu için gelecekte sayı olarak bu bölümün artması beklenebilir.

Bölümü belirsiz öğretim üyeleri	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	18 (%38)	6 (%38)	10 (%50)	34
Kadın	29 (%62)	10 (%62)	10 (%50)	49
Toplam	47	16	20	83

Fakülte web sitelerinde fakülte öğretim üyesi kadrolarının topluca verildiği üniversiteler bulunmaktadır. Öğretim üyelerinin hangi bölümde çalıştığına dair net bilgi olmadığı için "bölümü belirsiz öğretim üyeleri" başlığı ile toplam sayı belirlenmiştir. Tüm diğer bölümler gibi bu durumda da yardımcı doçent dr popülasyonunun diğer kadrolara göre sayıca fazla olduğu söylenebilir.

Diğer bölümler	Yardımcı Doçent Dr	Doçent Dr	Profesör Dr	Toplam
Erkek	17 (%40)	6 (%43)	11 (%69)	34
Kadın	25 (%60)	8 (%57)	5 (%31)	38
Toplam	42	14	16	72

İletişim fakültelerinde yer alan gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, radyo televizyon ve sinema ve görsel iletişim tasarımı bölümleri dışında, medya ve iletişim sistemleri, fotoğraf ve video, televizyon haberciliği ve programcılığı sanat yönetimi gibi sayıca az olan bölümlerde yer alan öğretim üyeleri sayısı ayrıca hesaplanmıştır. Bu tabloya bakıldığında özellikle yardımcı doçent dr düzeyinde ve kadın akademisyenlerin sayısı fazladır.

Kadro (toplam)	Erkek	Kadın
Yardımcı Doçent Dr.	166	188
Doçent Dr.	66	93
Profesör Dr.	80	72
Toplam	312	353

Akademik kadroların toplamına bakıldığında profesör dr kadroları dışında kadın akademisyenlerin sayıca fazla olduğu, profesör kadrolarında da kadın profesör sayısının erkek profesörlere yakın olduğu belirtilebilir. Tüm bölümlerin toplam öğretim üyesi sayısında ise kadın akademisyenler erkeklere oranla daha fazladır. Tüm akademisyen sayısı ise ulaşılabilen toplam 40 iletişim fakültesi web sitesinde toplam 665 öğretim üyesidir. Ancak fakültelerin web sitelerinde görünmeyen ya da iki farklı fakülte ya da bölüm kadrosunda görünen öğretim üyeleri de bulunmaktadır. Kabaca söylemek gerekirse yaklaşık 700 öğretim üyesinin çalıştığı bir iletişim akademisinden bahsedilebilir.

Yardımcı Doçent Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	354	105
Doktora eğitimi İletişim alanı	354	165
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	354	107
Doçent Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	159	57
Doktora eğitimi İletişim alanı	159	75
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	159	49
Profesör Dr.	Toplam	Belirlenmiş olanlar
Lisans eğitimi İletişim alanı	152	32
Doktora eğitimi İletişim alanı	152	46
Hem lisans hem de doktora eğitimi İletişim alanı	152	32

Lisans ve doktora eğitimi konusunda öğretim üyelerinin geçmişine ilişkin, fakülte web sitelerinde yeterli bilgi yer almamasına karşılık, mevcut veriler bu konudaki eğilimi ortaya koymaktadır. Lisans eğitimi iletişim alanı dışında olsa da, alanda çalışmaya başladıktan sonra doktora eğitimi için iletişim alanını seçme eğilimi gözlenmektedir. Lisans ve doktora eğitimi iletişim alanı dışında olan öğretim üyeleri içinde, iletişim alanının komşu alanı olarak disiplinler arası özellikler taşıyan siyaset, sosyoloji, işletme gibi alanlar yer alırken, İngilizce, Fransızca, hukuk ya da mühendislik gibi fen bilimleri içinde değerlendirilebilen alanlar da bulunmaktadır. Hem lisans hem de doktora eğitimini iletişim disiplini içinde yapmış öğretim üyelerinin kadrolar açısından dağılımına bakıldığında, yardımcı doçent dr ve doçent dr kadrolarında toplam öğretim üyesinin yüzde 30'unun iletişim alanından olduğu belirlenmiştir. Aynı durumdaki profesör dr oranı yüzde 20 düzeyinde görünmektedir. Benzer bir ilişki sadece doktora eğitimini iletişim alanında yapanlar için de söz konusudur. Her ne kadar araştırmada evrenin tamamına ilişkin lisans ve doktora eğitimi durumu belirlenmemiş olsa da bu veriler şu eğilimin doğruluğunu göstermektedir: Yardımcı doçent dr düzeyinde ve alanda yeni çalışmaya başlamış akademisyenler iletişim alanı içinde doktora eğitimi almaya yakın görünmektedir.

Bölgeler	İletişim Fakültesi toplamı	Kamu	Vakıf (özel)
Marmara	14	4	10
İç Anadolu	9	8	1
Doğu Anadolu	4	4	-
Ege	3	1	2
Akdeniz	3	3	-
Karadeniz	3	3	-
Güneydoğu Anadolu	1	-	1
Kıbrıs	5	-	5
Kırgızistan	1	1	-

İletişim fakültelerinin coğrafi dağılımına bakıldığında, zaman zaman dile getirilen bir yargı olan “iletişim fakülteleri, sektörün olduğu yerde ve merkezde daha etkindir” yargısını haklı çıkarmaktadır. Başka bir deyişle, iletişim fakültelerinin merkezde toplanma eğilimi olduğu söylenebilir. İstanbul ve Ankara kentlerinde yer alan iletişim fakültelerinin toplam sayısı 17 olarak belirlenmektedir. İstanbul kentinde 13, Ankara kentinde ise 4 iletişim fakültesi yer almaktadır. Bölgesel bazda düşünüldüğünde ise Marmara ve İç Anadolu bölgelerinde yer alan toplam iletişim fakültesi sayısı 23’tür. Bu rakam toplam iletişim fakültelerinin yarısından fazladır (Açılma kararı alınmış yeni iletişim fakülteleri bu hesaplamanın dışındadır).

Taşra olarak değerlendirilebilecek diğer bölgelerde neden iletişim fakültesi sayısının az olduğu düşünülürse farklı değişkenlerden söz edilebilir. İstanbul ve Ankara gibi şehirlerin sektörün merkezi olması dışında kent çekiciliği, sosyal olanaklar sayılabilir. Ancak, en önemli nedenlerden birisi, yerel medyanın güçlü bir yapısının olmaması ve buna bağlı olarak fiziki, maddi olanaksızlarının olması, iletişim fakültelerinin gelişimini etkileyen bir nedendir. Güçlü, etkili, tiraj ve rating alabilen bir yerel medya söz konusu olsa, kentlerin iletişim hayatı kadar iletişim fakültelerinin konumu ve kalitesi de güçlenebilir.

Marmara ve İç Anadolu bölgelerinden sonra en fazla iletişim fakültesinin olduğu bölge olarak Kıbrıs gelmektedir. Adanın hukuki statüsü nedeniyle eğitime önem verilerek bir öğrenci popülasyonu oluşturma çabası iletişim fakültelerinin etkinliğini de sağlamıştır. Her ne kadar öğretim üyesi sayısı açısından sorunlar yaşansa da Kıbrıs’ta eğitim öğretim yapan 5 iletişim fakültesinin varlığı yadsınmaz. Kıbrıs’taki iletişim fakültelerinin eğitim dili olarak İngilizce’yi benimsemesi adadaki okullara yabancı öğrenci kaydını olanaklı kılmaktadır. Bu durum kültürel etkileşim sağladığı kadar bölümlerin dinamizmine de katkı sağlamaktadır.

Bölüm Sayısı	Fakülte Sayısı
4 ve daha fazla	16
1 – 3 arası	28

Tüm iletişim fakülteleri içinde 16 fakültenin 4 ve daha fazla sayıda bölüm üzerinden eğitim öğretim faaliyeti verdiği belirlenmiştir. Vakıf (özel) üniversiteler yeni bölüm açma ve sektörün taleplerini gerçekleştirme konusunda devlet (kamu) üniversitelerine göre daha hızlı ve aktif davranabilmek-

tedir. Özel ya da vakıf üniversitelerinde bir doktora programını bitirmiş akademisyenler “Dr” unvanıyla derslere girebilir ve akademik kadroda yer alırken, devlet üniversitelerinde aynı durumdaki akademisyenler “Araştırma görevlisi doktor” unvanını taşıdığı için derslere girememektedir. Doktora eğitimini tamamlamış ancak kadro sıkıntısı nedeniyle öğretim üyesi unvanı alamamış akademisyenler için iki seçenek gündeme gelmektedir. Birisi, yeni açılan iletişim fakültesi kadrolarına katılmak, diğeri ise bulunduğu yerde kadro ihtiyacı oluşturacak yeni bölüm ya da ikinci öğretim seçeneklerinin uygulamaya geçmesidir.

Sıra	Üniversite Adı	Öğretim üyesi sayısı	Bölüm sayısı	Bölüm başına düşen öğretim üyesi sayısı
1	Anadolu Üniversitesi	56	4	14
2	Marmara Üniversitesi	55	3	18,3
3	Ege Üniversitesi	50	5	10
4	İstanbul Üniversitesi	42	3	14
5	Gazi Üniversitesi	36	3	12
6	Selçuk Üniversitesi	34	4	8,5
7	Bilgi Üniversitesi	28	10	2,8
8	Yeditepe Üniversitesi	27	5	5,4
9	Ankara Üniversitesi	26	3	8,6
10	Bahçeşehir Üniversitesi	26	6	4,3

Bölüm çeşitliliği ve sayısı açısından vakıf (özel) üniversitelerin fazlalığı dikkat çekerken; akademik kadro açısından değerlendirildiğinde devlet (kamu) üniversitelerinin ağırlığı ortaya çıkmaktadır. Bu durum bölüm başına düşen öğretim üyesi sayısında devlet üniversitelerinin daha fazla öğretim üyesine sahip olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Öğretim üyesi sayısı bakımından da devlet üniversiteleri ilk 10 listesinde, ilk 6'yı paylaşmaktadır. Öğretim üyesi sayısı bakımından ilk 10 listesinde yer alan vakıf (özel) üniversitelerin sayısı 3 olarak belirlenmiştir.

Sonuç

İletişim fakültelerinde verilen iletişim eğitimi sorgulamayı amaçlayan bu çalışmanın sonunda, tartışılması gereken pek çok sorunun bulunduğu ve bu anlamda yapılacak öncelikli eylemin “ukalalık desibellerimizi düşürerek, kendi gerçekliğimizle yüzleşmek” (Wallerstein, 1998: 56) olduğu görülmektedir. Ardı ardına açılan fakültelerle birlikte, sorunların çözümü de zorlaşmakta ve konunun muhataplarının arasındaki gerilim de yükselmektedir.

İletişim eğitimin pek çok eleştiriye açık doğası, son yıllarda yoğun bir şekilde tartışılmakta ve bu fakülteler hem sektör hem de öğrencileri tarafından kıyasıya eleştirilmektedir. İletişim dışındaki disiplinlerden gelen öğretim elemanlarının yetkinliği ve bu alana yatkınlığı önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni açılan fakültelerin ihtiyaçları göz önüne getirildiğinde, farklı disiplinlerden destek almak kaçınılmaz görülmektedir; ancak bu gereksinimin nasıl bir eğitim standardı sağladığı mutlaka tartışılmalıdır. Sektör tarafından iletişim pratiklerine olan mesafeleriyle eleştirilen fakülteler, bu sorunun aşılması noktasında da acilen gerçekçi önlemler almak zorundadır. Sık sık yapılan “teorik mi, pratik mi” eğitim modeli tartışmalarıyla vakit kaybetmek yerine, teoriz pratik, pratiksiz teori olmayacağı gerçeğinden hareketle, her iki alanda da yetkinleşmeyi

hedefleyen bir standardın tutturulması da yaşamsal önemdedir. Dolayısıyla hem pratik hem de teorik noksanlıklarıyla eleştirilen fakülteler, her iki alanda da evrensel standartların peşinde gitmelidir. Aynı şekilde yabancı dil problemi de gündeme alınmalı ve bu konuda mesafe alıcı önlemler devreye sokulmalıdır.

Fakültelerin internet sayfalarından yaptığımız içerik analizi de, bu alandaki son görünümü gözler önüne sermektedir. İLDEK web sayfasında yer alan toplam 44 İletişim fakültesinin yarısından fazlası İstanbul ve Ankara kentlerinde toplanmış görünmektedir. İstanbul ve Ankara'da yer alan toplam 23 iletişim fakültesi, bir anlamda yaygın iletişim araçlarının da merkezi durumundaki kentlerde konumlanmış görünmektedir. Genel olarak bakıldığında iletişim alanında yaygınlaşmış alt disiplinler olarak "gazetecilik", "halkla ilişkiler", "radyo televizyon ve sinema" bölümleri görülmektedir. Reklamcılık ve görsel iletişim tasarımı bölümleri de giderek yaygınlaşmaktadır. Sektörün dinamizmi nedeniyle "televizyon haberciliği ve programcılığı", "fotoğraf ve video", "yeni medya", "bilgi ve belge yönetimi", "sanat yönetimi", "kültür yönetimi" gibi sayısı oldukça az olan bölümler de eğitim öğretim müfredatlarına girmiştir.

Genel olarak iletişim alanının özel olarak ise gazetecilik, halkla ilişkiler gibi özel alanların tek başına bağımsız bir disiplin oluşturduğunu söylemek oldukça zor görünmektedir. Sanat tarihinden mühendisliğe, siyasetten hukuka birçok alanda lisans, yüksek lisans ya da doktora eğitimi almış olan akademisyenlerin iletişim alanına bakışı ya da üretim pratikleri sahip oldukları formasyonun etkisinde kalmaktadır. Bir taraftan bu durum iletişim alanına katkı olarak değerlendirilebilirken bir taraftan da alanın gerektirdiği ya da uygulamalı çalışmalarda izlenmesi gereken yöntemlerin kullanımını zorlaştırmaktadır.

İletişim Fakülteleri Ortak Platformu web sitesine göre toplam 44 iletişim fakültesinde, dekan olarak görev yapan öğretim üyesinin 35'i erkek, 9'u ise kadındır. Her ne kadar kadın öğretim üyesi sayısı bölümler bazında ciddi bir rakam oluştursa da bu rakam, yönetim kademesine yansımamaktadır. Uşak, Çanakkale, Isparta gibi kentlerde iletişim fakültesi kurma çabaları resmiyet kazanırken, merkezde yer alan öğretim üyelerinin taşrada çalışma konusunda isteksiz olması, yeni kurulan fakülteler için sorun olarak görünmektedir. Özellikle doktorasını iletişim alanında tamamlamış öğretim elemanı eksikliği bu fakültelerin gelişimi açısından kaygı vericidir.

Özetle mevcut durum pek çok problemi içinde barındırmaktadır. Ancak sorun olarak gördüğümüz, kabullendiğimiz problemleri çözebileceğimiz gerçeğinden hareketle bu alandaki problemleri cesaretle teşhis etmeli ve önlemlerini de gerçekçi bir şekilde almalıyız. Bu alanda atılacak doğru adımların, itibarları ciddi bir şekilde tartışılan iletişim fakültelerinin eğitimine katkı sağlayacağı açıktır. Bu doğru adımlardan ilkinin de sağlıklı bir özeleştiriye geçtiği kaçınılmaz bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır.

Kaynakça

- Akar, Rıdvan (2005). "Halk kötü habere alıştırdı". (M.Bilal Arık). Selçuk İletişim Gazetesi. Eylül 2005.
- Bilgin, Vedat (2010) Türkiye'de Üniversite Sorunu ve Üniversite Çalışanları, Türk Eğitimden Yayınları: Ankara.
- Bingöl, Abdülkuddüs ve Özgür Yılmazkol (2000). "İletişim Eğitimi Üzerine Düşünceler". 1. İletişim Kongresi, 1-3 Mart 2000, İstanbul.
- Erdoğan, İrfan (2006). "Özün Olmadığı Yerde Biçim Öne Çıkar". Antre Parantez Dergisi. Sayı:1.
- Greenwood, Daavidd J. ve Morten Levin (2003). "Üniversite Toplum İlişkilerinin Yeniden Yaratılması:Eylem – Araştırma / Akademik Taylorizm". Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması. Sabancı Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Gür, Turgut, M (2003). "Araştırma ve Eğitimde Disiplinlerarasılık". Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması,.Sabancı Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- İnuşur, Nuri (1988). Türk Basınında İz Bırakanlar. İstanbul: Der Yayınevi.
- Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Kejanlıoğlu D. B. ve Yıldız, A. (Yay. Haz.). Ankara: Ütopya Yayınevi. 70-71
- Özbek, Meral (1993). "İletişim Eğitimi Üzerine". İLEF Yıllık 1992-1993: 307-327s.
- Özdemir, Çağatay (2006). Türkiye'de Öğretim Elemanları,.Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları
- Tekeli, İlhan (2003). "Üniversiteye Dair Konuşmak". Toplum ve Bilim Dergisi. Güz 2003: 123-143s.
- Terzioğlu, Tosun (2003). "Sunuş" Eğitimin Geleceği, Üniversitelerin Ve Eğitimin Değişen Paradigması. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi". Kültür ve İletişim Dergisi. Sayı:6: 9-32s.
- Topuz, H. (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Wallerstein, Immanuel (1998). "Sosyal Bilim ve Çağdaş Toplum". Yaşadığımız Dünyanın Sonu. İstanbul: Metis.

İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar

Mustafa ŞEKER¹

Tülay ŞEKER²

Özet

Bu çalışmada iletişim eğitiminin genel sorunları ele alınmakla birlikte, özellikle gazetecilik eğitiminde var olan temel açmazlar incelenmiştir. İletişim eğitimi veren kuruluşlar ile medya sektörü arasındaki kopukluk, iletişim eğitiminin niteliği, sorunların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Diğer yandan, iletişim eğitimi veren okulların sayı ve öğrenci kontenjanlarındaki hızlı artış birbiriyile bağlantılı yeni sorunlar doğurmuştur. Birinci sorun iletişim fakültelerine kabul edilen öğrencilerin aslında bu eğitime uygun nitelikte olmayışıdır. Sayısı 40'a ulaşan iletişim fakültelerine 8000'den fazla öğrenci alınmakta, mezun sayısı da hızla artmaktadır. Ancak medya sektöründe bu sayıda yeni istihdam üretilmemektedir. Az sayıdaki eleman gereksinimi için de çok seçici davranılmaktadır. Dolayısıyla iletişim mezunları kendi alanlarında çalışma şansı bulamamaktadır. Sonuç olarak iletişim fakülteleri nitelikli öğrencilerin tercih etmediği, iyi bir gelecek sunamayan, "dört yıllık okullara" dönüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim Eğitimi, İstihdam, Medya Sektörü.

The Dilemmas and Fundamental Problems in Communication Education

Abstrcat

In this study, general problems of communication education were taken into account and beside this; general dilemmas of journalism education were analyzed. Communication gaps between media and institutions which provide communication education, qualification of communication education are the most important part of problems. On the other hand, rapid increasing number of institutions providing communication education and students' quotas has caused new problems which are connected each others. The first problem is that students who were accepted communication faculties do not have qualified and compatible potential. Today there are almost 40 communication faculties having nearly 8 thousands students and the number of graduated has been increasing steadily. However, media market can not produce employment at the same rate with communication faculties. Because of this, market selects carefully its employment among these graduated students. Therefore, people who graduated from communication faculties do not have a chance to work in media market. To sum up, communication faculties has turned into faculties which are not preferred by skilful students and do not provide a better future his students.

Keywords: Communication Education, Employment, Media Market.

1 Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

2 Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Türkiye’de iletişim eğitiminin bazı önemli sorunlar yaşadığı bilinmektedir. Sorunlar çok yönlü olmakla birlikte başlıcaları; iletişim eğitiminin niteliği ve eğitime yaklaşım, verilen eğitimin medya sektörüyle uyumu, iletişim fakültelerinin sayı ve kontenjanındaki artış, öğrenci kalitesindeki düşüş ve mezun öğrencilerin istihdamında karşılaşılan güçlükler şeklinde sıralanabilir.

Türkiye’de elli yıllık geçmişine bulunan iletişim eğitimi, gazetecilerin talepleri doğrultusunda gazetecilik eğitimi şeklinde başlamıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir’deki gazetecilik okulları süreç içerisinde çeşitli değişimler gösterdikten sonra 1992 yılında fakültelere dönüşebilmişlerdir. Yüksek okul döneminde, eğitimin temel amacı, mesleğe nitelikli eleman yetiştirmek olarak algılandığı için iletişim eğitiminin sektörle uyumlu olduğu söylenebilir. Oysa fakülte yapısına geçildikten sonra, bu amaç sorgulanmaya başlanmıştır. İletişim eğitiminin amacının sadece iletişim mesleklerine yönelik eleman yetiştirmek, meslek öğretmek olmadığı, öğrencilere gelecekte katılacakları medya sistemiyle ilgili eleştirel bir bakış açısı kazandırılması gerektiği savunulmaya başlanmıştır.

İletişim eğitimi verilen okullardaki ders programları ve içerikleri, gazetecilik okulları dönemindeki temele bağlı kaldığı için kuramsal ve uygulamalı derslerin birlikte yürütüldüğü bir yapı egemendir. Dört yıllık eğitimin bir bölümü sosyal bilimlerle ilgili temel kazandırmaya yönelik derslere ayrılmakta, özellikle eğitimin son iki yılında mesleki kuramsal ve uygulamalı dersler ağırlık kazanmaktadır.

Bu derslerin nicelik ve nitelik bakımından ne kadar yeterli olduğu tartışmanın bir başka yönüdür. Bazı fakülteler sayıca daha fazla uygulamalı derse yer verdiği gibi, bu derslerin bir bölümünü sektörün içinden gelen uzmanlara verdirerek, öğrencilerini staj, gezi vs. gibi organizasyonlarla sektörün içinde bulunmaya yönlendirerek sektörle bütünleşme çabası göstermektedir. Diğer yandan bazı akademisyenler ve bağlı oldukları fakülteler, tercihlerini kuramsal eğitimden yana koymakta, müfredatın ağırlığını bu yönde belirlemektedir.

Sektörle işbirliğinde ve gelişmeleri eğitime uyarlamakta yaşanan güçlükler yanında, ideolojik temelli bazı sorunlar da yaşanmaktadır. Türkiye’deki medya sektörünün pratiğinden yola çıkarak, eleştirel bir yaklaşım sergileyen bazı fakülteler ile sektörde söz sahibi olan iletişimciler arasında bu eleştirelliğin dozuna dair tartışmalar yaşanmaktadır.

Diğer yandan iletişim fakültelerinin sayısı hızla artmaktadır. Bu artış iletişim eğitimi verilen öğrenci kontenjanının ve dolayısıyla mezun öğrenci sayısının artışını da beraberinde getirmektedir. Medya alanında zaten var olan istihdam sıkıntısına yeni mezunların eklenmesi, iletişim eğitimi almış genç insanların alanlarıyla ilgisi olmayan işlerde çalışmalarına yol açmaktadır. Kontenjan artışı ve mesleğin gençler için iyi bir gelecek vaat etmemesi nedeniyle, başarılı öğrenciler, iletişim fakültelerini tercih etmemektedir. Çok düşük puanlar ve yüzdelik dilimlerle bu fakültelere öğrenci alınması, eğitimin ve mezunların niteliğinde ciddi sorunlara yol açmaktadır.

Bu çalışma, ilk olarak uygulamalı eğitim ve sektörle işbirliğine ilişkin akademik tartışmaları özetlemeyi ve konunun birkaç temel noktası üzerinde durmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, iletişim fakültelerinde uygulamalı eğitimin gerekliliği, bu eğitimin sektördeki gelişmelere paralel bir dinamizmle verilmesi zorunluluğu ve akademi-medya mesafesinin dengesi gibi konulara kısaca değinilmiş, iletişim eğitimi ile medya sektörü arasındaki uzaklık ele alınmıştır. Bu uzaklığın önemli nedenlerinden biri de iletişim eğitiminin amaçlarına ilişkin yaklaşımlardır. Sektörle ilişki bağlamında, 2001 yılında başlatılan ancak yarım kalan İletişim Fakülteleri-TRT İşbirliği Projesi de bir başlık halinde ele alınmıştır.

Diğer yandan iletişim fakültelerinin sayı ve kontenjanlarına ilişkin veriler incelenerek, öğrenci kalitesine ve eğitimin niteliğine de yansıyan bu nicel soruna ilişkin saptamalar ortaya konmuştur.

Halen iletişim eğitimi veren ve öğrenci alan fakültelerin sayısı 36'dır. Kurulma aşamasında olan ya da henüz öğrenci almamış olan fakültelerle birlikte bu sayı 40'ı aşmaktadır. Devlet, vakıf ve Kıbrıs'taki üniversitelere ait iletişim fakültelerinin kontenjanı 9000'i bulmaktadır. Sektörün bu büyüklükte bir istihdamı oluşturması mümkün görünmemektedir.

Çalışmada iletişim eğitimi almış mezunların istihdamına ilişkin bazı saptamalar ve çıkarımlar da yapılmış, istihdam açısından yerel medyanın bir alternatif oluşturabileceği düşüncesi tartışılmıştır. İletişim mezunlarının istihdamı konusunun iki muhatabı bulunduğu açıktır. Birincisi iletişim eğitimi veren kuruluşlar, diğeri ise istihdamı gerçekleştirecek olan gazete ve televizyonlardır. İletişim eğitiminin sorunsuz ve eksiksiz yerine getirildiği, mezun olan her adayın istenilen düzeyde olduğu elbette savunulamaz. Bu noktada birtakım eksikler bulunduğu ortadadır. Diğer yandan istihdamla ilişkin sorunların büyük bir bölümünün medya kuruluşlarının yaklaşımından kaynaklandığı da açıktır. Ulusal ya da yaygın medya, giderek ticarileşmekte ve her konuyu olduğu gibi eleman istihdamını da kâr ekseninde düşünmektedir. En az çalışanla işi yürütmek, medya mensuplarını mesleğin hak etmediği koşullarda çalıştırmak şeklindeki eğilim, aslında üretilen işin niteliğini de etkilemektedir. Gazetecilik ve televizyonculuk alanındaki mesleki düşüş genel olarak medyanın çıktıklarına yansımaktadır. Bu durum medya mesleklerinin saygınlığını da zedelemektedir. Bu noktada sayıları binlerle ifade edilen yerel medya kuruluşları, yeni mezunlar için bir başka alan oluşturmakta ise de medyanın bu kesiminde de iletişim mezunlarının istihdamına ilişkin önemli sorunlar bulunmaktadır.

1. İletişim Eğitiminde Farklı Yaklaşımlar, Uygulama ve Kuramsal Eğitim Eğilimleri

İletişim fakültelerindeki müfredat genel olarak kuramsal ve uygulamalı dersler olarak ayrılmaktadır. Kuramsal dersler öğrencilere toplumsal konularda ve meslek alanında vizyon kazandırmayı amaçlamakta, öğrencinin alacağı üniversite eğitimin sonucunda içinde yaşadığı topluma, dünyaya ve aday olduğu meslek alanındaki işleyişe eleştirel ve yorumlamacı bir mesafeye bakabilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Uygulamalı dersler ise, öğrencilerin alanlarıyla ilgili teknik ve mesleki bilgilerini artırmayı, sektörde kendilerine yer bulabilmelerine destek olmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'deki iletişim eğitiminde; uygulama-kuram dengesi, iletişim fakültelerinin ders müfredatlarının belirlenmesinde medyanın taleplerinin ne ölçüde dikkate alınacağı ve son noktada iletişim fakültelerinin temel amacının sektöre eleman yetiştirmek olup olmadığı süregelen bir tartışma konusudur (Ünlü vd. 1999: 92).

1.1. Uygulama ve Kuramsal Eğitim Dengesine İlişkin Tartışmalar

İletişim eğitiminde uygulamaya dönük eğitim özellikle basın yayın yüksek okullarının fakültelele dönüştürüldüğü 1992 yılından bu yana tartışılmaktadır. Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunan akademisyenlerin bir bölümü, üniversite eğitiminin bir zanaat eğitimi olmadığını vurgulayarak iletişim fakültelerindeki eğitimin meslek kazandırmaya dönük içeriğine karşı çıkmaktadırlar. Üniversite eğitiminin mesleki bilgi ve beceri kazandırmaktan öte hedeflere sahip olması gerektiği görüşünden hareketle iletişim fakültelerindeki uygulamalı eğitimin ağırlığından yakınan bu akademisyenler fakültelerin gazetecilik, televizyonculuk, halkla ilişkiler gibi sektörel sınıflamalara göre yapılandırılmış olmasını da yanlış bulmaktadır (Özbek, 1993: 309). Hatta bu görüşteki akademisyenler sektördeki uzmanlaşmaya cevap vermek üzere hazırlanan bir iletişim müfredatının yanlış olacağını dile getirmektedir. Mutlu, (2000: 258) sektörün taleplerine göre düzenlenecek bir iletişim eğitiminin sığığa ve kısırlığa düşme tehlikesi bulunduğunu, uzmanlık eğitiminin sektörün talebini karşılamak için toplumun iletişim eğitiminden beklentilerini karşılayamayacağını; teknik formasyonla kazanılan uzmanlığın, uzmanlık alanına mesafeli ve eleştirel bir bakışı ortadan kaldıracığını savunmaktadır.

Özellikle Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde çalışan akademisyenlerin kuramsal ağırlıklı eğitimi savundukları ve uygulamalı eğitime yönelik derslerin fazlalığından yakındıkları bilinmektedir. Eleştirel medya pedagojisi çerçevesinde iletişim eğitiminin eleştirel bir bakış açısı taşıması gerektiğini savunan bu akademisyenler kendi fakültelerinin Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı olarak gelişmiş olmasının da etkisiyle hareket etmektedir. Özbek (1993: 317) iletişimi teknolojik iletişim araçlarına ve kurumsal hizmetlere indirgeyen anlayışı eleştirmekte, genel formasyon derslerinin dört yıllık eğitim süresinin ilk yılına sıkışmasından ve meslek eğitimine yönelik derslerin giderek artmasından yakınmaktadır.

Özbek, teknik derslerin de eleştirel bir üniversite eğitimiyle anlam kazanabileceğini belirterek, iyi bir iletişimcinin içinde yaşadığı toplumun ve dünyanın temel meselelerini bilmek ve bunları yorumlama konusunda vizyon edinmek zorunda olduğunu savunmaktadır. Bu vizyonun mevcut yapı ve işleyişi bilmekle sağlanamayacağını ileri süren Özbek'e göre, öğrenciler aynı zamanda olması gereken hakkında eleştirel bir perspektif edinmelidir (1993: 325).

Mutlu (2000: 252), kendisinin de mensubu bulunduğu Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ve bu çevrede öteden beri savunulan yaklaşımın, Türkiye'deki genel iletişim eğitimi etkilediğini belirtmektedir. Mutlu'ya göre, sektörün ekonomik ve ideolojik gücüne ve taleplerine rağmen, sektöre yakın iletişim fakültelerinde bile eleştireliliğin tümüyle göz ardı edilememesinde Ankara İletişim etrafında gelişen akademik yaklaşımın önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Diğer yandan bu görüşü benimseyen akademisyenlerin uygulamalı eğitime tamamen karşı çıktıkları söylenemez. Kuramsal eğitimle ve eleştirel bir bakış açısıyla şekillenen iletişim öğrencilerinin uygulamalı dersleri de alarak yetişmesi savunulmaktadır. İnal'ın (1996: 211) ifadesiyle üniversitede öğretilen her türlü pratik, kuramsal bakış açılarının süzgecinden geçmelidir. Kaldı ki, 40'ı aşkın iletişim fakültesinde eğitim alan on binlerce öğrencinin tümünün kuramcı olarak yetişmesi de mümkün değildir. Mevcut durumda bu öğrencilerin büyük bir bölümü sektördeki uygulama birimlerinde çalışmaktadır.

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi mezunlarının çalıştıkları mesleklere yönelik bir araştırma bu görüşü destekler niteliktedir. Bu Fakülte'den 1981-1998 yılları arasında mezun olan öğrencilere uygulanan anket sonuçlarına göre mezunların sadece yüzde 7.4'ü akademisyen olarak çalışmakta, bir başka ifadeyle iletişimin kuramsal boyutunu meslek olarak sürdürmektedir. Buna karşılık; muhabir, halkla ilişkiler uzmanı, müşteri temsilcisi, metin yazarı, yapımcı, kameraman, medya planlamacısı, sayfa tasarımcısı, yönetmen, spiker, senarist gibi sektördeki uygulama alanında çalışanların oranı çok daha yüksektir (Atabek, vd. 2000: 14).

1.2. Uygulamalı Eğitim Konusunda Akademisyen ve Mezun Öğrencilerin Görüşleri

İletişim eğitiminin nasıl şekilleneceği konusunda bu eğitimi veren akademisyenler ile eğitimi alan ve mezun olduktan sonra hayatlarını aldıkları eğitime dayanarak şekillendiren öğrencilerin görüşleri de önemlidir. İletişim fakültelerinde çalışan akademisyenlerin iletişim eğitimi konusunda ki görüşlerini belirlemek üzere yapılan bir araştırma, uygulamalı eğitimin öğretim elemanlarının da desteklendiğini ortaya çıkarmıştır. Türkiye'deki 17 iletişim fakültesinde çalışan tüm öğretim elemanlarını kapsayan araştırmaya göre öğretim elemanlarının yüzde 49'u uygulama derslerinin, yüzde 11'i mesleki kuramsal derslerin, yüzde 5'i ise alan dışı derslerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Öğretim elemanlarının gereğinden fazla buldukları dersler arasında ise yüzde 37 ile alan dışı dersler ilk sıradadır. Mesleki kuramsal derslerin gereğinden fazla olduğunu düşünen öğretim elemanlarının oranı yüzde 15, uygulama derslerinin gereğinden fazla olduğunu düşünen öğretim elemanlarının oranı ise yüzde 8'dir. Aynı araştırmada öğretim elemanlarının yüzde 58'i

öğrencilerin mezun olduklarında yeterli meslekî donanımına sahip olmadığını düşünmekte, yüzde 39'u öğrencilerin meslekî uygulama dersleri için fakültede yeterli araç gerece sahip olmadıklarına inanmaktadır (Ünlü vd., 2001: 139-144).

Bu araştırma, fakültelerde kuram-uygulama dengesinin tam olarak oluşturulmadığı, fakültelerin iletişim sektörü ile eşgüdüm sorunu yaşadığı, üniversite ile sektör işbirliğinin sağlanmadığı, öğrencilerin sektördeki profesyonellerle sıkça buluşmadığı gibi sonuçlarıyla da konumuz açısından önemli veriler sunmuştur. Bulgular, iletişim eğitimi veren öğretim elemanlarının uygulamalı derslerin önemini kavradığını göstermektedir. Sonuçlar, uygulamalı derslere ilişkin eğilimin sadece sektörün talep ve beklentilerinden kaynaklanmadığını kanıtlamaktadır. Sektörle mesafeli olan ve eleştirel bakabilen öğretim elemanları da belirgin bir oran farkıyla uygulamalı eğitimin yetersizliğini vurgulamaktadır.

Benzer sonuçlar, öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada da görülmektedir. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nden 1981-1998 yılları arasında mezun olan öğrencilere uygulanan çalışmaya göre mezunların yüzde 80'den fazlası uygulamalı derslerin artırılmasının yararlı olduğunu belirtmiştir (Ünlü vd., 1999: 108).

Görüldüğü gibi iletişim eğitiminde uygulamaya ilişkin derslerin önemi, öğretim elemanları yanında iletişim eğitimi aldıktan sonra iş hayatına atılmış mezunların deneyimleriyle de vurgulanmaktadır.

2. Sektörle Uyum ve İşbirliği

İletişim eğitiminde -fakültelere göre farklılık göstermekte birlikte- önemli oranda uygulamalı ders bulunduğu bir gerçektir. Özellikle ilki iki yılı takip eden dönemlerde öğrencilerin bölümlerine uygun meslekî dersler almasına ve mezun olduktan sonra sektördeki uygulamaya yabancı kalmamasına özen gösterilmektedir.

Bu noktada uygulamalı derslerin içeriği, düzeyi ve niteliği tartışma konusudur. İletişim sektörü hızla gelişmekte ve değişmektedir. Sektördeki kuruluşlar yenilikleri fakültelerden daha iyi takip etmekte ve daha çabuk uyum sağlamaktadır. Bu gerçek, fakültelerde verilen uygulamalı derslerin sektördeki gelişmelerle paralellik taşımasını zorunlu kılmaktadır. Sektörün fakültelerle ilgili süregelen şikayeti de bu noktada ağırlık kazanmaktadır. İletişim fakültelerinde verilen uygulamalı derslerin, mezunların sektörde ek bir eğitim almadan çalışmalarına yetecek düzeyde olmadığı yönündeki yakınmalar, öğrenciler, mezunlar ve akademisyenler tarafından da kabul edilmektedir.

2.1. Sektörle İşbirliğinin Geçmişe Dönük Temelleri

İletişim eğitiminin geçmişine bakıldığında, sektörle işbirliği açısından bir sorun olmadığı söylenebilir. Çünkü Türkiye'de iletişim eğitimi, ABD ve Avrupa'daki benzerleri gibi, öncelikle gazetecilik okulları şeklinde ve hatta gazetecilerin eğitime duydukları gereksinim ve talep sonucunda başlamıştır. 1948'de açılan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu, "matbuat alemine ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştirmek" ilkesiyle kurulmuştur (Altun, 1999: 245). 1963 yılında eğitime ara veren ve sonraki yıllardaki gelişmelerin ardından bugünkü Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin temelini oluşturan (www.marmara.edu.tr) bu okulun kuruluş felsefesinden de anlaşıldığı üzere amaç tamamen uyulamaya dönük eleman yetiştirmektir.

Yine bugün İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin temelini oluşturan Gazetecilik Enstitüsü de o dönemde İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Başkanı olan sektörün önemli ismi Sedat Simavi'nin girişimiyle kurulmuştur. Simavi'nin hareket noktası ve hedefi de gazetecilerin düzeyini yükseltmektir. Simavi, İstanbul Üniversitesi Senatosu'na başvuru için yazdığı mektupta, Avrupa'da benzer enstitülerin açıldığını hatırlatmakta, eğitimin getireceği kaliteyi vurgulamaktadır. Sektörün içindeki

bir kişi olarak ve Cemiyet Başkanı sıfatıyla verilecek eğitimin içeriği hakkında da görüş bildiren Simavi, bugün halen yürütülmekte olan iletişim eğitimine benzeyen bir müfredat taslağı sunmuştur. Eğitimin, gazetecilere sosyal, ekonomik, hukuki vs. konularda altyapı kazandıracak genel dersler ile meslek pratiğinde gerekli olan matbaacılık, tasarım, haber yazma ve değerlendirme gibi konuları içermesi gerektiğini vurgulayan Simavi, böylece meslek içinde yetişen hevesli gençler yerine akademik eğitim almış kişilerin gazeteci olmasının sağlanacağını öngörmektedir. 1947 tarihli bu başvuruya dayanarak 1949'da kurulan Gazetecilik Okulu 1980'e kadar Enstitü statüsüyle, 1980-1982 tarihleri arasında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksekokulu adıyla eğitimini sürdürmüştür. 1982 yılında İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulu adını alan okulun eğitim süresi dört yıla çıkmış ve 11 Temmuz 1992 tarihindeki değişiklikle İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi adını almıştır (www.istanbul.edu.tr). Hem bu okulun hem de iletişim eğitimi veren diğer okulların gelişiminde sektörün içindeki biri olan Sedat Simavi'nin önerilerinin kalıcı bir etkisi olduğu açıktır.

Kronolojik olarak kurulan üçüncü iletişim okulu Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu'dur. Bu okulun kuruluş aşaması ve gelişimi öcekkilerden farklıdır. Ankara Üniversitesi BYYO'nun kuruluşunda bu şehirdeki Gazeteciler Cemiyetinin bazı etkileri olmuşsa da okulun UNESCO'nun etkileri ve katkılarıyla kurulduğu bilinmektedir. 1962'de eğitime başlayan okulun programının UNESCO tarafından hazırlatıldığı, ilk öğretim elemanlarının UNESCO bursuyla yurtdışına gönderildiği (Topuz, 1996: 205) göz önüne alınırsa, bu kurumun diğerlerinden farklı bir gelişim gösterdiği, sektörün gereksinimlerinin yanında akademik kaygıların öne çıktığı söylenebilir. Baştan bir fakülte (SBF) bünyesinde kurulması da Ankara Üniversitesi BYYO'nun sektörün taleplerine mesafeli durmasına yol açmıştır.

1965 yılından sonra özel öğretim kurumlarının açılmasına izin verilmesi, iletişim eğitimi veren özel okulların da kurulmasına yol açmıştır. Bu çerçevede eğitime 1963'te ara veren İstanbul'daki Gazetecilik Okulu yüksek okula dönüştürülmüş, 1967'de Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1968'de İzmir'de Karataş Özel Gazetecilik Yüksek Okulu kurulmuştur. Bu okullar 1971 yılında devletleştirilerek buldukları şehirlerdeki İktisadi Ticari İlimler Akademilerine bağlanmışsa da (Altun, 1999: 247) kuruluşlarındaki sektör etkisini taşımışlardır. Daha sonra Basın Yayın Yüksek Okulu adıyla Gazi ve Ege Üniversitesi Rektörlükleri'ne bağlanan her iki okul 1992'de diğerleriyle birlikte iletişim fakültesine dönüştürülmüştür.

Bugün Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi olarak eğitimini sürdüren okul ise farklı bir gelişim çizgisi göstermiştir. Televizyon eğitimi temeline dayanan okul, ilkin 1972 yılında Akademik Kapalı Devre Televizyon ile Eğitim Enstitüsü adı ile kurulmuş, 1975'te Sinema Televizyon Yüksek Okulu, 1979 yılında Televizyonla Eğitim ve Öğretim Fakültesi adını almıştır. 1980'de İletişim Bilimleri Fakültesi'ne dönüşen okul 1982'de fakülte kimliğini kaybetmiştir. 1991'de İletişim Bilimleri Yüksekokulu adını alan okul, 1992'de BYYO'larla birlikte fakülteye dönüştürülmüştür (Altun, 1999: 248). İletişim Bilimleri Fakültesi'nin televizyonculuk ağırlıklı bir kökene sahip olmasının etkileri bugün de görülmektedir. Kuruluşundan bu yana özellikle televizyon konusunda uygulamalı eğitime önem verdiği bilinen Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi sektörle daha yakın bir işbirliği içindedir.

1992 yılından sonra doğrudan iletişim fakültesi statüsüyle kurulan devlet ve vakıf üniversitelerine bağlı okullar ise sektörle kökenlerinden kaynaklanan bir yakınlık içinde değildir. Bu fakülteler, kendilerinden önce İstanbul, Ankara, İzmir ve Eskişehir'de kurulmuş olan fakültelerin müfredatını, eğitim tarzını uyarlayarak hatta akademik kadrolarını buralardan alarak şekillenmişlerdir.

2.2. Sektörle İşbirliğinde Sorunlar

Elli yılı aşkın süredir iletişim eğitimi veren okulları bitiren mezunlar sektörde çeşitli konularda yer

bulmuştur. Gazetelerde, radyo-televizyonlarda ve halkla ilişkiler sektöründe iletişim eğitimi olarak mesleğe başlayan ve yönetici konumuna kadar yükselen pek çok okullu iletişimci bulunmaktadır. Ancak, bu uzun süreye ve tecrübeye rağmen, sektörde çalışanların iletişim eğitimi olarak aralarına katılmayı bekleyen yeni mezunların yeterli olmadığı konusunda süregelen bir yakınmaları vardır.

İletişim eğitiminin niteliğini yakından ilgilendiren bu yakınmaların birinci bölümü mezunların sektörde doğrudan sorumluluk üstlenecek düzeyde yetişmediği yönündedir. Bir başka ifadeyle fakültelerde verilen uygulama derslerinin yetersiz olduğu, öğrencilerin meslek hayatına hazır olarak mezun edilmediği ileri sürülmektedir. Bu noktada uygulama derslerinin sayıca az olduğu ve güncelliği yakalayamayan bir içerikle yürütüldüğü, fakültelerde sektördeki uygulamayı aktaracak yeterlilikte öğretim elemanı ve teknik altyapı bulunmadığı gibi eleştiriler yapılmaktadır.

Bu eleştirileri azaltmak amacıyla iletişim fakültelerinde bazı derslerin sektördeki önemli isimler tarafından yürütülmesi, öğrencilerin sektördeki kuruluşlarda zorunlu ve isteğe bağlı staj yapılarının sağlanması, seminer, konferans, söyleşi gibi çeşitli etkinliklerle öğrencilerin sektör önde gelenleriyle buluşturulması gibi yollara başvurulmaktadır. Ancak bu çalışmaların tüm iletişim fakültelerinde aynı yoğunlukta olduğu söylenemez. Kaldı ki, sektördeki kuruluşlar da iletişim fakültelerinin hepsini aynı dozda eleştirmemekte, uygulamaya önem veren fakültelerin mezunlarını tercih ederek tavırlarını göstermektedirler. Ancak, sektördeki kuruluşların istihdam edecekleri yeni elemanlar için kendilerine ait özel eğitim kurumları, kurslar gibi iletişim fakülteleri dışında alternatifler oluşturmayı sürdürdükleri de bir gerçektir.

Sektörün iletişim fakültelerine yönelik eleştirilerinden ikincisi ise ideolojik temellidir. İletişim eğitiminin öğrencilere kazandırmayı amaçladığı eleştirel yaklaşım, sektördeki işleyişe yönelik tepkilerin yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Bu tartışmalar, dönemin Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök ile mezunu olduğu Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi arasında yoğunlaşmıştır. Özkök bir makalesinde (2001), Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi ile yönetmen Sinan Çetin'in sahibi olduğu Plato film şirketinin işbirliği kararını takdirle karşıladığını açıklamış, kendisinin Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne bağlı olan Basın Yayın Yüksek Okulu'nu bitirdiğini ve burada öğretim üyesi olarak çalıştığını hatırlatarak "Türkiye'deki iletişim fakültelerinin çoğunda, iletişim sektörünün ekonomik bir iş alanı olduğu gerçeğinin dikkate alınmadığı, hatta bu piyasaya çok düşmanca bakan bir zihniyetin hakim olduğu, bu zihniyetin ister istemez bu okullardaki eğitime de yansdığı" yönünde bir eleştiri getirmiştir.

Özkök, bu sürecin sonunda iletişim fakültelerinden piyasa gerçeğine düşman öğrencilerin mezun olduğunu, bu zihniyetin, iletişim okulları tarafından kurulmuş internet sitelerinde çok açık biçimde kendini gösterdiğini ileri sürmüştü, bu zihniyeti, "kendi kuru, tatsız, dar ve düşmanca tavrını dünyanın tek iletişim anlayışı olarak herkese dayatmaya çok meraklıdır" cümlesiyle suçlamıştır. Özkök makalesinde "piyasaya düşman" insan yerine, "piyasayı iyi yönde değiştirme" arzusu olan insan yetiştirilmesini önermiştir.

Sonraki yıllarda uzun tartışmalara neden olan ve hatta iletişim fakültelerinin Özkök'ü Basın Konseyi'ne şikayet etmesine kadar uzanan sonuçlara yol açan bu makaleden sonra Özkök, "Yeni Gazetecilik Modelleri" başlıklı bir başka makalesinde (2004), Prof. Dr. Ali Atıf Bir'in Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dekanlığı'na getirilmesini değerlendirmiştir. Özkök, o dönemde Hürriyet'te yazarlık ve CNN Türk'te programcılık yapan Prof. Dr. Bir'in dekanlığa atanmasını "mesleğimiz açısından yararlı buluyorum" şeklinde değerlendirmiş ve nedenini "iletişimin modern gerekliliklerini ve pazarlama kavramını çok iyi bilen, kompleksiz bir bilim adamı bu göreve getirilmiş oldu" cümlesiyle açıklamıştır. Bu atanmanın gazetecilik eğitiminin daha gerçekçi ve daha çağdaş bir zemin üzerine oturması imkânını doğuracağını belirten Özkök, gazetecilik anlayışında köklü değişikliklere gidilmesini, genç gazeteciler için Abdi İpekçi ve Uğur Mumcu'dan ibaret olan rol modellerinin değiştirilmesini önermiştir.

Sektörün önemli isimlerinden biri olan ve aynı zamanda akademik geçmişi de bulunan Özkök'ün bu iki makalesinde iletişim eğitimi açısından vurgu yaptığı nokta eğitimde eleştirelilik adına sektörle aradaki mesafenin düşmanlık boyutuna vardırılmasından duyulan endişedir. Türkiye'deki iletişim sektörünün işleyişinde eleştirilecek pek çok sorun bulunduğu bir gerçektir. Ancak, iletişim eğitiminde bu noktanın tek konu gibi ele alınmasının yanlışlığı da ortadadır. Sektörün gerçeklerine yabancı ve işleyişine eleştirel olmaktan öte düşman mezunlar yetiştirmenin sorunların çözümünde yarar sağlamayacağı da açıktır. Sektörün beklentisi, kuru bir eleştirelilik yerine uygulamayı bilen, içinde yer alma isteği ve cesareti gösteren mezunlardan yanadır. Bu niteliklere sahip mezunların yetiştirilmesi için de sektörle ideolojik tartışmalar yerine işbirliği arayışı gerekmektedir.

2.3. Sektörle İşbirliği Bağlamında Yarım Kalmış Bir Girişim: İletişim Fakülteleri-TRT İşbirliği Projesi

İletişim fakültelerinin uygulamadaki gelişimi eğitime yansıtma amacıyla sektörle işbirliği içinde olması zorunluluğu, fakülte yöneticilerinin ortaklaşa yaptıkları toplantılarda sık sık ele alınmaktadır (Şeker, 2002). Bu bağlamdaki ilk somut girişim iletişim eğitimini de yönetici olarak yakından bilen dönemin TRT Genel Müdürü Prof. Dr. Yücel Yener tarafından yapılmıştır. İletişim Fakülteleri ile TRT'nin çeşitli konularda işbirliği yapmasını öngören bir çalışma başlatan TRT Genel Müdürü Yücel Yener, işbirliğinin amaçlarını da içeren bir davet metnini iletişim fakültelerinin dekanlarına göndermiştir. 27 Mart 2001 tarihini taşıyan bu davet metninde TRT ile iletişim eğitimi veren öğrenim kurumlarının işbirliğini daha ileri düzeye çıkarmak amacı vurgulanmış ve hedefler üç madde halinde dile getirilmiştir. İletişim fakültesi dekanları ile yapılacak toplantıda görüşülmek üzere belirlenen üç gündem maddesi şu şekildedir:

1. İletişim alanında eğitim gören gençleri özgün program projeleri üretmeye özendirmek,
2. Bu yolla elde edilecek programları TRT kanallarında yayınlayarak program yelpazesini çeşitlendirmek,
3. Amatör heyecanı profesyonel anlayış ile buluşturarak eğitim kurumları ile TRT arasındaki işbirliğine yeni boyutlar kazandırmak.

Bu başlangıçta TRT'nin hareket noktasının, iletişim öğrencilerinin yaratıcı düşünce potansiyelinden yararlanarak, Kurum imkânları ile üretilecek bir program şeklinde olduğu görülmektedir. Yapılan davet üzerine 7 Nisan 2001 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen toplantıya iletişim eğitimi veren 22 fakültenin temsilcisi katılmıştır. Toplantıda TRT'nin önerileri ele alınmış ve fakülte temsilcilerinin görüşleri değerlendirilerek bir sonuç metni hazırlanmıştır. Bu metinde, "TRT Genel Müdürlüğü'nde yapılan toplantıda, oluşan yeni radyo - televizyon ortamında kamu yayın kurumu olarak seçkin bir yer edinmek için köklü değişikliklere yönelen TRT ile iletişim sektöründe hem işbirliğini geliştirmek hem de sektöre taze kan sağlamak konusunda fikir birliğine varıldığı" öncelikle vurgulanmıştır.

Sonuç bildirgesinde işbirliği konuları dokuz madde halinde sıralanmıştır. Sonraki toplantılara temel oluşturacak olan dokuz madde şu şekildedir:

1. Üniversitelerle işbirliği içinde radyo televizyon izleyici araştırmaları yapmak,
2. TRT arşivinde yer alan ve eğitim amaçlı kullanılabilir programları, üniversitelerin hizmetine sunmak,
3. Üniversitelerin yazılı ve görsel arşivlerinden TRT'nin faydalanmasını sağlamak,
4. Ankara, İstanbul ve İzmir dışındaki üniversitelerin radyo televizyon ve sinema eğitimi veren bölümlerinden yurt haberleri konusunda yardım almak,
5. TRT'nin iletişim fakültesi öğrencilerine vermekte olduğu staj imkanını genişletmek,
6. Üniversitelerin hazırlayacağı ve TRT'nin televizyon kanallarında yayınlanacak radyo ve televiz-

yon alanına ilişkin proje ve programların üretilmesine imkan sağlamak,

7. Çaçımızın vazgeçilmez unsuru olan yaratıcı düşünceye gereken önemin verilmesi açısından işbirliğini geliştirmek; bu konuda yarışma ve festival gibi organizasyonlar da yaparak katkıda bulunmak,

8. İlgili okullardan iyi derece ile mezun olmuş veya yaptığı projelerle başarısını kanıtlamış öğrencilere TRT'de istihdam imkanı sağlamak,

9. İletişim sektörünün genel sorunlarını da kapsayan değerlendirmeleri birlikte yaparak, kamu yayıncılığı alanında temel ilkeler doğrultusunda Türkiye'deki radyo televizyon ve sinema alanına dönük bir çalışmalar bütünü oluşturmak.

Toplantının sonuç bildirgesi, TRT'nin öngördüğü üç maddelik ve program yapımıyla sınırlı işbirliğinin kapsamının genişletmiştir. İletişim fakültesi temsilcilerinin önerileriyle, izleyici araştırmalarından arşivlerin karşılıklı olarak kullanıma sunulmasına, staj imkanından istihdama, taşra haberlerinin toplanmasına kadar uzanan geniş bir kapsam oluşturulmuştur.

Nisan 2001'de TRT'nin iletişim fakülteleriyle işbirliği projesi sorumlusu Prodükör Hasan Çakır, diyalog toplantısında alınan kararlar doğrultusunda, fakültelerdeki koordinatörlerle irtibata geçmiştir. İlk olarak işbirliğinin uygulamadaki kapsamı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla TRT, iletişim fakültelerinin teknik imkânları, yoğunlaşılan ihtisas alanları, arşivlerinde bulunan üretilmiş materyalin listesi ve projesi hazırlanmış yapımlar gibi bilgileri talep etmiştir. Bu bilgiler iletişim fakülteleri tarafından TRT'ye iletilmiş ve sonuç olarak öğrenciler tarafından hazırlanmış bazı yapımların yayını gerçekleştirilmiştir. İşbirliği konusu daha sonra 7. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı'nda ele alınmıştır. Toplantının sonuç bildirgesinde, TRT ve iletişim fakültelerinin karşılıklı talepleri belirlenmiştir. Buna göre TRT'nin beklentileri şöyle sıralanmıştır:

1. Mesleki literatürdeki kavram kargaşasının giderilmesi için bir sözlük hazırlanması
2. İletişim fakülteleri ile yerel haberlerin toplanması konusunda işbirliği yapılması
3. İzleyici araştırmalarının TRT ve iletişim fakültelerince ortaklaşa yapılması
4. Telif hakları konusunda işbirliği yapılması
5. Yayınlanacak öğrenci ürünlerinin TRT tarafından oluşturulacak komisyon tarafından değerlendirilmesi.

İletişim fakültelerinin talepleri ise sonuç bildirgesine şu şekilde yansımıştır:

1. Uygulama dersleri kapsamında gerçekleştirilen yapımların TRT'de yayınlanması
2. İletişim fakültelerinin haber ajanslarının aktif hale getirilmesi, haber ajansı bulunmayan fakültelerin bu yönde özendirilmesi
3. Bir protokol yapılarak haber toplama konusunda işbirliğine gidilmesi ve haber toplama hizmeti karşılığında öğrencilere parasal katkı sağlanması
4. Kamuoyu araştırmalarının ortaklaşa yapılması
5. İşbirliği konusunda şartnameyi de içeren kapsamlı bir broşür hazırlanması.

Sonuç bildirgesinde TRT ve iletişim fakülteleri işbirliği protokol taslağının Prof. Dr. Aysel Aziz, Prof. Dr. Ersan İlal, Prof. Dr. Suat Gezgin, Prof. Dr. Oğuz Onaran ve Prof. Dr. Nurettin Güz'den oluşacak bir komisyon tarafından hazırlanması ve 15 Kasım 2001 tarihine kadar TRT'ye ulaştırılması da kararlaştırılmıştır. "TRT ve İletişim Fakülteleri İşbirliği Esasları" başlığını taşıyan bu taslak belirlenen tarihte TRT'ye ulaştırılmıştır. Taslak şu şekildedir:

A. TRT'nin İletişim Fakülteleri Öğrencilerinin Radyo ve Televizyon ile İlgili Çalışmalarına Destek Vermesi

TRT, iletişim fakültesi öğrencilerinin eğitici, kültürel, haber, magazin türü uygulamalı çalışmalarını

yapımı aşamalarında destekleyecek ve bu çalışmaların TRT radyo ve televizyon kanallarında yayınlanmasına olanak tanıyacaktır.

a. Senaryo Aşamasında İşbirliği

TRT, iletişim fakülteleri öğrencilerinin dersleri kapsamında üretecekleri radyo ve televizyon ile ilgili projelerini, senaryo ya da metin aşamasından başlayarak destekleyecektir. Burada özellikle bitirme projeleri olarak ortaya çıkan çalışmalara öncelik verilecektir. Bu konudaki talep, öğrencinin bağlı bulunduğu fakülte dekanı ya da radyo televizyon bölümü başkanı tarafından TRT'ye yapılacak; katkı istenen senaryo ya da program metni, talep edilen TRT katkısı ayrıntılı bir yazı ile yılda iki kez kasım ve nisan aylarının ilk haftasında TRT'ye bildirilecektir. TRT kuracağı bir kurul ile bu konuda gelen talepleri değerlendirecek ve en geç bir ay içerisinde ilgili fakülteye bildirecektir. Bu konuda TRT gereksinimi olan konularda öncelik verilmesini istediği konular varsa bu durumu fakültelelere bir yazı ile bildirebilir. Bu konuda ilgili fakülteler öğrencilerini yönlendirebilir. Böyle bir durumda TRT, akademik yılın açılmasından (Eylül) ve ikinci yarıyılın başlamasından (Mart) önce bu konudaki isteklerini ilgili fakültelelere yazı ile bildirir. Fakülteler, öğrencilerinin istekli çıkmaları durumunda, o konularda TRT ile işbirliğini sürdürürler.

b. Öğrenci Çalışmalarının TRT'DE Yayınlanması

TRT, iletişim fakültesi öğrencilerinin uygulamalı çalışmaları sonrasında ortaya çıkaracakları çalışmalarını, belli bir program dahilinde yayınlar. İletişim fakültesi öğrencilerinin gerek yıl içerisinde 2., 3., sınıflardaki uygulamalı çalışmalarını, gerekse son sınıflarda hazırlanan bitirme projelerini kendi program planlaması çerçevesinde yayımlar. Fakülteler yayımlanabilecek çalışmalarını kendi ön elemelerinden geçirerek TRT'ye gönderirler. TRT, bu konudaki çalışmalarını bitirdikten sonra yayımlanacak ürünlerin yer alacağı programın adını, yayımla ilgili ayrıntılı bilgileri (yayın kanalı, yayın tarihleri, günü ve saatini ve fakültelerden istenecek katkı ile birlikte) fakültelelere resmi bir yazı ile bildirir.

c. İletişim Fakültesi Öğrencilerine Staj Olanaklarının Artırılması

Özel radyo ve televizyon yayıncılığının oldukça yaygın olduğu günümüz Türkiye'sinde TRT yayıncılığının, TRT ekolünün önemi düne göre daha da artmıştır. Bu bakımdan TRT'nin iletişim fakültesi öğrencilerine sağladığı radyo ve televizyon staj olanaklarının, TRT'nin olanakları ölçüsünde artırılarak sürdürülmesi gerekmektedir.

B. TRT'nin Kamuoyu Yoklamaları ile İlgili İzleyici Araştırmaları

TRT belli aralıklarla yaptırdığı ya da yaptıracağı izleyici araştırmalarının daha işlevsel olması, sonuçlarının kamuoyunda hemen kullanılmasını sağlamak amacı ile bundan böyle iletişim fakültelerinin daha geniş katkılarını isteyebilir. İletişim fakülteleri ise tek tek ya da bir araya gelerek izleyici araştırması ile ilgili projelerini TRT'ye önerebileceklerdir. Bu amaçla yapılacak işbirliğinde şu ilkeler göz önünde bulundurulacaktır:

a. TRT'nin belli periyotlarla yapacağı izleyici araştırmalarında iletişim fakülteleri, soru formunun hazırlanması, örneklemin seçilmesi, anket uygulamasında, anketlerin bilgisayara yüklenmesi, istatistiksel sonuçların değerlendirilip raporlaştırılması aşamalarının hepsinde ya da belirli aşamalarında yardımcı olacaktır. Bu konuda iletişim fakültelerinin uzmanlık alanlarına göre katkıda bulunmaları esas alınır; uygulama aşamalarında ise fakültelerin buldukları alanlarda anket uygulamasına yardımcı olmaları sağlanır. Gerekirse TRT, araştırmaların projelendirilmesi için bu konuda olanakları bulunan iletişim fakülteleri öğretim elemanlarının yer alacağı sürekli ya da geçici araştırma komiteleri kurulmasını sağlar.

b. TRT, kendi yayınları için yapacağı program ve izleyici araştırmaları yanında, iletişim fakültelerinden gelecek çeşitli araştırma projelerini de değerlendirir, destek verir. Bu araştırma önerileri, iletişim fakültelerinin öğretim elemanı ve öğrencilerinin önercekleri bilimsel araştırma konularından oluşabileceği gibi, TRT, gereksinim duyduğu bir alanda da iletişim fakültelerinden, belirlediği, gereksinimi olduğu konularda da araştırma yapmasını isteyebilir. Bu araştırma ile ilgili ayrıntılar TRT ve iletişim fakültelerinin ortak toplantıları ile belirlenir. Ortak çalışmalarda TRT, iletişim fakültelerinden alacağı hizmet karşılığı, dışarıdan hizmet alınması ile ilgili hizmet sözleşmesi mali hükümlerini uygular.

C. Yayıncılık ile İlgili Meslekî Konularda Sözlük Hazırlanması

İletişim alanının hızla değiştiğini göz önüne alan TRT ve iletişim fakülteleri, gerek eğitim-öğretimde, gerekse uygulamada izlenecek kavramların sağlıklı olarak ortaya çıkması için bir ortak sözlük çalışmasını başlatmayı kabul etmişlerdir. Sözlük bugün devlet ve özel kesim elektronik medyanın uygulamada, iletişim fakültelerinin ise eğitimde kullandığı kavramların yer alacağı açıklamalı terimler sözlüğü biçiminde hazırlanacaktır. Bu amaçla konu ile ilgili donanımlı iletişim fakülteleri öğretim elemanlarından 6 kişilik bir “Medya Sözlük Komitesi” oluşturulacaktır. Komitenin başında bir koordinatör bulunacak ve TRT’ye karşı bu koordinatör sorumlu olacaktır. Komitenin çalışma koşulları daha sonra saptanacaktır. Çalışmanın bitiminde TRT bu çalışmayı kendi yayınları arasında yayımlama hakkında sahiptir. Çalışmada görev alacaklarla ilgili sözleşme TRT’nin istisna akdi ile ilgili kurallarına dayandırılarak özel hükümler konularak hazırlanır.

D. TRT ile İletişim Fakültelerinin Program Materyalleri ve Basılı Yayınlarını Karşılıklı Olarak Göndermeleri

TRT, iletişim fakültelerinin eğitim amaçlı olarak ihtiyaç duyduğu sözlü ve görsel materyali (ses ve görüntü bantları, CD’leri) istemeleri durumunda olanakları ölçüsünde yerine getirir. Aynı şekilde, iletişim fakülteleri kendi arşivlerinde bulunan ve TRT’nin ihtiyaç duyduğu yazılı, sözlü, görsel program malzemelerini TRT’nin kullanımına açar. Ayrıca her iki taraf kitap, dergi gibi yayınlarını karşılıklı olarak gönderirler.

E. İşbirliği Esaslarının Yürürlüğe Girmesi

Yukarıda öngörülen esaslar TRT ile iletişim fakültelerinin ortak onayı ile yürürlüğe girer. TRT genel müdür ile, iletişim fakülteleri ise dekanları aracılığı ile temsil edilir. İletişim fakültelerine çağrı kendi aralarında sürekli bir komite kuruluncaya kadar TRT tarafından yapılır.

F. İşbirliğinin Sona Ermesi

TRT ve iletişim fakülteleri arasındaki işbirliği, taraflardan birinin isteği ile sona erer. TRT’nin yayın kurumu olarak tek taraf olması, iletişim fakültelerinin sayıca giderek çoğalması durumunda, TRT yukarıdaki işbirliği maddeleri içerisinde yer alan hususlarda işbirliğini sınırlandırabilir. Ancak bu gibi durumları taraflar birbirlerine açık olarak bildirirler.

TRT ile iletişim fakülteleri işbirliğinin esaslarını belirlemeyi amaçlayan bu taslak TRT tarafından incelendikten sonra 4-5 Şubat 2002 tarihinde toplanan 8. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı’nda yeniden ele alınmıştır. Taslakta yer alan başlıklar üzerinde görüşler açıklanmış, ayrıntılı değerlendirmeler yapılmış ve her konu derinlemesine tartışılmıştır. Dekanlar ve TRT temsilcilerinin katıldığı ortak oturumda taslak üzerinde uzlaşmaya varılamamıştır. Taslak, tartışmalı konular üzerinde yeniden çalışılması ve sorunların sonraki toplantılarda çözülmesi kararı ile taraflara teslim edilmiştir.

Ancak, çalışmalar, beklenmedik bir gelişme nedeniyle yarım kalmıştır. Projeyi başlatan Genel Müdür Yücel Yener 2003 yılında görevinden istifa etmiş, sonraki dönemde TRT'de bir yönetim boşluğu oluşmuştur. TRT-İletişim Fakülteleri işbirliği girişimi, bu dış etken dolayısıyla somut bir sonuca ulaşmadan sona ermiştir.

3. İletişim Eğitimi Veren Fakültelerin Sayı ve Kontenjanındaki Artış Sorunu

İletişim eğitimine ilişkin temel sorunlardan biri de fakülte sayılarının ve kontenjanlarının hızla artmasıdır. Uzun yıllar İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerdeki fakültelerde sınırlı sayıdaki öğrenciye verilen iletişim eğitimi 1990'lardan sonra taşradaki üniversitelerde de yaygınlaşmaya başlamıştır. Vakıf üniversiteleri ile KKTC'deki üniversitelerin de birçoğunda iletişim eğitimi verilmekte, yüksek kontenjanlarla öğrenci alınmaktadır. Gelinen noktada iletişim fakültelerine kabul edilen, dolayısıyla mezun olan öğrenci sayısı, sektörün ihtiyacının çok üzerindedir. Bu durum temelde iki soruna yol açmaktadır. Birbirine ilintili olarak, kontenjanların artması hem istihdam sorununu daha da artırmış, hem de aslında bu fakültele giremeyecek düzeydeki öğrencilerin iletişim eğitimi almasına imkan sağlamıştır. Dolayısıyla iletişim fakülteleri öğrenci kalitesi bakımından ciddi sorunlar yaşamaya başlamıştır. Bir zamanlar sözel puan türünde ilk yüzdilik dilimden öğrenci alan iletişim fakülteleri, gelinen noktada devlet üniversitelerinde 50000'lerdeki öğrencilere, vakıf ve KKTC üniversitelerinde ise başarı sırasına bakılmaksızın herkese kapılarını açmaya başlamıştır. 2010 yılı ÖSYM verilerine göre devlet, vakıf, KKTC, Azerbaycan ve Kırgızistan'da kurulu 36 iletişim fakültesi öğrenci almaktadır. Bu sayı, kurulmuş ancak henüz öğrenci alamayan ve kurulma aşamasındaki iletişim fakülteleriyle birlikte 40'ı aşmaktadır. 2010 yılı itibarıyla toplam kontenjan 8911 olarak ilan edilmiştir. Bu kontenjanların vakıf ve KKTC üniversitelerindeki bir bölümünün dolmadığını belirtmek gerekir. Ancak sayının her şekilde 8000'i aştığı ortadadır. Bu kontenjanın 2122'si gazetecilik ve basın yayın adıyla eğitim veren bölümlere, 3585'i halkla ilişkiler ve tanıtım ya da reklamcılık adını taşıyan bölümlere, 2638'i radyo, televizyon sinema veya televizyon haberciliği bölümlerine aittir. Ağırlıklı olarak vakıf üniversitelerinde açılan iletişim, iletişim tasarımı, iletişim sistemleri, medya ve iletişim, yeni medya gibi adlarla eğitim veren bölümlerin kontenjanı da 566 olarak belirlenmiştir.

Bu denli yüksek kontenjanlar, belirtildiği gibi aslında iletişim eğitimi almaya uygun altyapısı olmayan öğrencilere de kapıların açılması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla iletişim eğitiminin niteliği giderek düşmekte, bu durum mezunların kalitesine de yansımaktadır. Diğer yandan kontenjanların ve mezunların sayısındaki artış, istihdam oranını düşürmekte ve iyi öğrencilerin iletişim fakültelerini tercih etmemesine yol açmaktadır.

FAKÜLTE	GAZETECİLİK+BASIN YAYIN	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM + REKLAMCILIK	RADYO, SİNEMA VE TELEVİZYON + TELEVİZYON HABERCİLİĞİ	İLETİŞİM + İLETİŞİM TASARIMI + İLETİŞİM SİSTEMLERİ + MEDYA VE İLETİŞİM + YENİ MEDYA	TOPLAM
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi	40	55	40	-	135
Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi	75	65	40	75	255
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi	85	85	75	-	245
Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi	110	110	110	-	330
Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi	60	168	84	66	378
Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	30	40	30	100
Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi	75	135	75	-	285
Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi	150	60	130	-	340
Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	110	110	-	220
Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	-	-	20	20
Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi	70	120	70	-	260
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	160	-	-	160
İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi	50	64	64	53	231
İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi	70	72	72	-	214
İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	263	150	120	533

İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	37	-	37	74
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi	300	280	240	-	820
İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	110	-	100	210
Kadir Has Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	80	40	65	185
Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	55	-	-	55
Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi	150	185	130	-	465
Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi	40	136	88	-	264
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi	200	190	190	-	580
Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi	45	-	45	-	90
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	140	140	140	-	420
Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	50	35	-	85
Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi	35	195	80	-	310
Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	90	90	-	180
Zirve Üniversitesi İletişim Fakültesi	-	-	60	-	60
Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi	57	112	82	-	251
Girne Amerikan Üniversitesi İletişim Fakültesi	120	120	100	-	340
Lefke Avrupa Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi	53	73	73	-	199
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi İletişim Fakültesi	80	80	80	-	240

Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi	100	150	100	-	350
Bakü Devlet Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi	12	-	-	-	12
Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi	5	5	5	-	15
TOPLAM	2122	3585	2638	566	8911

Diğer yandan, halen öğrenci alan 36 fakülteye, pek çok yeni iletişim fakültesi de eklenmektedir. Kurulmuş ve henüz öğrenci alamayan fakülteler ile yeni kurulanların eklenmesi sonucu önümüzdeki yıllarda iletişim fakültelerinin kontenjanının 10000'i aşması beklenmelidir. Özellikle yeni kurulan fakültelerde yeterli öğretim elemanı ve donanımın bulunmaması da eğitimin niteliği açısından bir başka sorun oluşturmaktadır. Bütün bu gelişmeler iletişim fakültelerinin 4 yıllık okul diploması veren ve öğrenciler açısından bu amaçla tercih edilen eğitim kurumlarına dönüşmesi sürecini hızlandırmaktadır.

4. İletişim Mezunlarının İstihdamında Yerel Alternatif

İstihdama ilişkin sorunun ikinci boyutunu ise medya sektörü oluşturmaktadır. Sektör yeterince iş üretmediği takdirde, fakültelerin nitelikli eleman yetiştirmeleri tek başına anlamlı olmayacaktır. Nitekim mezunlar arasında son derece iyi yetişmiş, nitelikli olanların da istihdam sorunuyla karşılaşmaları sektördeki soruna işaret etmektedir. Türkiye'de ulusal medyanın ekonomik nedenler ve tekelleşen sahiplik yapısı nedeniyle beklenen istihdamı yaratamadığı bilinmektedir. Günümüzde gazete ve televizyon sayısı arttığı halde, genç gazetecilerin istihdamı sorununda iyileşme görülmemektedir. Medya grupları gazetelerinin içeriğini ortak havuzdan karşılamakta hatta aynı gazetecileri, gruba ait gazeteler yanında televizyon ve dergiler için de çalıştırmaktadır. Dolayısıyla medya sayısındaki artış bu kuruluşlarda çalışan gazetecilerin artmasını sağlamamaktadır. Mesleğe yeni adım atacak genç gazeteciler bir yana, yıllardır ulusal medyada çalışan deneyimli gazetecilerin bile işsiz kaldıkları ya da mevcut şartlardan tatmin olmadıkları için başka sektörlere geçtikleri bilinmektedir. Diğer yandan medya, iletişim mezunlarının yanında başka alanlarda eğitim görmüş kişilere de açıktır. Bu nedenle iletişim eğitimi almış genç mezunların ulusal medyada istihdamı son derece sıkıntılıdır. Kısıtlı miktardaki istihdamın yüksek öğretim görmüş insanların hayattan beklentilerini karşılayacak maddi-manevi imkanları sağlamaktan uzak olduğu da ortadadır.

Ancak, medya ulusal ya da yaygın gazete ve televizyonlardan ibaret değildir. Türkiye'de Osmanlı'ya kadar uzanan geçmişi bulunan bir yerel gazetecilik yapısına, 90'lı yıllardan bu yana yerel televizyonculuk ve radyoculuk yapısı da eklenmiştir. Türkiye'de 2500 civarında yerel gazete olduğu belirtilse de, resmi ilan hakkına sahip, belli nitel şartları yerine getiren yerel gazetelerin sayısının 1000'in üzerinde olduğu bilinmektedir. Bunun yanında 16 bölgesel ve 251 yerel televizyon ile 99 bölgesel ve 944 yerel radyo bulunmaktadır. Yerel ve bölgesel medyadaki bu sayılara karşılık ulusal gazetelerin sayısı 30, televizyonların sayısı 24, radyoların sayısı ise sadece 35'tir. Dolayısıyla yerel medyanın iletişim mezunlarının istihdamında ulusal ya da yaygın medyadan daha büyük bir alternatif oluşturabileceği söylenebilir. Yerel radyoların genellikle bir iki kişi tarafından sürdürülen yapısı göz önünde bulundurulduğunda, istihdam açısından özellikle yerel gazeteler ve televizyonların dikkate alınması gerekir.

Ancak, yerel gazetelerde ve televizyonlarda çalışanların sayısı ve niteliğiyle ilgili önemli sorun-

lar yaşanmaktadır. Geleneksel yapıdaki küçük yerel gazetelerin çalışanı bulunmadığı, gazetenin sahibi ve yakınlarının hem içeriği hazırladıkları, hem teknik süreci gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Yerel basın çalışanlarına yönelik bir saptamaya göre, 876 yerel gazetenin yüzde 78.7'sinin çalışan sayısı 5'in altındadır. Bu gazetelerin yüzde 16.6'sının bir kişi tarafından, yüzde 25.9'unun 2 kişi tarafından hazırlandıkları, dolayısıyla yerel gazetelerin yüzde 42.5'inin çalışan sayısının 2'yi geçmediği belirlenmiştir (Girgin, 2001: 197). Bu yapıyı aile işletmesi şeklindeki işleyişe bağlayan Tokgöz (1988: 167), asıl işi matbaacılık olan birçok geleneksel yerel gazetenin baba oğul veya iki kardeş tarafından çıkarıldığını, Batı ülkelerinde geçen yüzyılda ortadan kalkan bu yapının Anadolu'da halen sürdüğünü belirtmektedir. Kayacan (1996: 60), yerel gazetelerde çalışanların sayısının 2500 olduğunu, bu sayının 500'ünün de gelişmiş illerde yayınlanan 13 gazetede istihdam edildiğini belirtmektedir. Özellikle öteden beri yerel gazeteciliğin ilerlemiş olduğu, İzmir, Bursa, Adana, Konya, Sakarya, Kocaeli, Antalya, Kayseri, Gaziantep, Trabzon gibi illerdeki gazetelerde çalışan sayıları 10 ve daha üzerindedir. Bursa ve İzmir'deki bazı yerel gazetelerde bu sayı 100'ü aşmaktadır.

Yerel gazetelerde asgari çalışan sayısı ile ilgili sınır resmi ilan mevzuatıyla belirlenmiş bulunmaktadır. Resmi ilan almak için yerine getirilmesi gereken şartlardan biri, asgari gazeteci kadrolarıdır. Bu kadrolarla ilgili esaslar Basın İlan Kurumu Genel Kurul kararlarıyla belirlenmektedir. Halen yürürlükte olan Genel Kurul kararına göre Kurum şubesi bulunan illerden İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlanan günlük siyasi gazetelerde 1 sorumlu müdür, 12 gazetecinin istihdam edilmesi zorunludur. Aynı illerdeki günlük ticari gazetelerde asgari kadro şartı 7'dir. Meslek gazeteleri ve yabancı dilde yayınlanan gazetelerde ise asgari kadro 4 olarak belirlenmiştir. BİK şubesi bulunan diğer illerde ise asgari kadro 7 olarak uygulanmaktadır (Basın İlan Kurumu, 2006: 83-88).

Aynı mevzuata göre, Kurum şubesi bulunmayan ve valilikler aracılığıyla resmi ilan dağıtılan illerdeki gazetelerin asgari kadro şartı üç kategoride belirlenmiştir. Birinci kategorideki yerel gazetelerin 5, ikinci kategorideki gazetelerin 4, üçüncü kategorideki gazetelerin 3 gazeteci istihdam etmeleri resmi ilan alabilmeleri için zorunludur.

Basın İlan Kurumu'nun verilerinden yola çıkılarak, Kurum şubesi bulunan ve bulunmayan illerdeki gazetelerin çalışan sayısı ile ilgili bir çıkarım yapmak mümkündür. Aralık 2010 tarihi itibarıyla İstanbul, Ankara ve İzmir'de yayınlanan yerel gazetelerin sayısı 5'i ticari, 27'si siyasi olmak üzere 32'dir. Kurum şubesi bulunan diğer 14 ilde ise resmi ilan hakkına sahip tümü siyasi 150 gazete yayınlanmaktadır. Mevzuattaki asgari kadrolar üzerinden çalışan sayısı hesaplandığında üç ildeki siyasi gazetelerin en az 12 gazeteci çalıştırmak zorunda olduğu, bu özellikteki 27 gazetede asgari 324 gazetecinin istihdam edildiği ortaya çıkmaktadır. En az 7 gazeteci çalıştırmak zorunda olan 5 ticari gazetede asgari istihdamın da 35 olması gerekmektedir. Böylelikle İstanbul, Ankara ve İzmir'deki yerel gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısı 359'a ulaşmaktadır.

Kurum şubesi bulunan diğer 14 ildeki 150 gazetenin tümü siyasidir ve çalıştırılması gereken asgari gazeteci sayısı 7'dir. Böylelikle bu illerdeki gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısının 1050 olduğu ortaya çıkmaktadır. Kurum şubesi bulunan 17 ildeki gazetelerin çalıştırması gereken asgari gazeteci sayısının toplam 1375 olduğu görülmektedir. Gazeteler asgari kadroyu üçte bir oranında arttırdıkları takdirde resmi ilan kontenjanları aynı oranda artmaktadır. Bu teşvik nedeniyle BİK şubesi bulunan illerdeki kadrolu gazeteci sayısının hesaplanandan daha yüksek olduğu söylenebilir. Diğer yandan İzmir, Bursa, Konya gibi illerdeki yerel gazetelerde asgari kadronun çok üzerinde gazeteci istihdam edildiği bilindiğinden, Basın İlan Kurumu şubesi bulunan 17 ildeki gazeteci sayısının 2000'e yaklaşığı söylenebilir.

BİK Şubesi bulunmayan ve valilik aracılığıyla resmi ilan alan gazetelerde çalışan asgari gazeteci sayısı hakkında çıkarımda bulunmak da mümkündür. Basın İlan Kurumu'nun (2006: 124), valiliklerden elde ettiği 2004 yılı sonu verilerine göre 404'ü vasıflı, 471'i vasıfsız olmak üzere 875 "taşra" gazetesi bulunmaktadır. Aynı verilere göre bu gazetelerin 53'ü birinci kategoride, 45'i ikinci kate-

goride, 351'i üçüncü kategoride yer almaktadır. Mevzuatta, birinci kategori için 5, ikinci kategori için 4, üçüncü kategori ve vasıfsız gazeteler için 3 asgari gazeteci çalıştırma şartı aranmaktadır. Buna göre, birinci kategorideki 53 gazetede 265, ikinci kategorideki 45 gazetede 180, üçüncü kategorideki 351 gazetede 1053 gazeteci istihdam edildiği görülmektedir. 243 vasıfsız gazetede çalıştırılmakta olan asgari gazeteci kadrosu da 729'dur. Dolayısıyla Basın İlan Kurumu şubesi bulunmayan illerde yayınlanan 875 gazetede çalıştırılan asgari gazeteci sayısının toplam 2227'yi bulduğu ortaya çıkmaktadır. Toplamda resmi ilan hakkına sahip gazetelerin Türkiye genelindeki asgari kadro zorunluluğu 3500'ü aşmaktadır. Ancak, taşra gazetelerinde asgari kadro zorunluluğunun yerine getirilmesi için, aslında fiilen gazetecilik yapmayan, teknik servis elemanlarının veya gazete sahibinin aile bireylerinin kadroya alındığı ve "naylon kadro" olarak bilinen durumun yaratıldığı da (Girgin, 2001: 176) dikkate alınmalıdır.

Yerel gazetecilerin çalışma koşulları ve çalışanların nitelikleri de işgücü sorununun bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Eğitim seminerlerinde yerel gazeteciler ve meslek örgütü yöneticileri sürekli olarak nitelikli eleman bulunamadığından veya nitelikli eleman istihdam edecek ekonomik şartlara sahip olunamadığından yakınmaktadır. Sorunun temeli ekonomik olmakla birlikte yerel gazetecilik kültürüyle ve hatta Türkiye'deki gazetecilik şartlarıyla ilintilidir. Güreli (1999: 179), makine, dağıtım, promosyon, tanıtım gibi alanlarda bonkörce harcama yapılırken işletme sahiplerinin insana yatırım konusunda tasarruflı davrandıklarını belirterek, Anadolu'da çalışan gazetecilerin, aldığı ücretle geçinebilen, mesleğin sosyal koşullarına uygun yaşayabilen bir konuma gelmelerinin, ikinci iş yapmaya mecbur kalmamalarının önemine işaret etmektedir.

Yerel gazetecilere geçimlerini dahi sağlayamayacak düzeyde düşük ücretler ödenmekte, sosyal güvence sağlanmamakta, örgütlenme ve sendika hakkı verilmemekte, iş sürekliliği ve güvencesi sağlanmamaktadır. Dolayısıyla yerel gazetecilik tercih edilen bir meslek konumuna ulaşamamaktadır. Birçok yerel gazete çalışanın gazeteciliği ek iş olarak yaptığı bilinmektedir (Acar, 1998: 137). Konya basınıyla ilgili bir saptamada 1998 yılında Konya Gazeteciler Cemiyeti'nin 150 üyesinden 100'ünün gazeteciliği ek iş olarak yaptığı, 212'ye tâbi sarı basın kartlı üye sayısının 50 olduğu ortaya çıkmıştır (Özteke, 1998: 127). Diğer illerde de benzer bir yapının bulunduğu dile getirilmektedir. Yozgat Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Hakan Kiracı, (1998: 80), yerel basının en önemli sorunlarından birinin eğitilmiş, ufuk ve vizyon sahibi eleman eksikliği olduğunu, meslek içinden yetişen alaylı gazetecilerle başarıya ulaşamadığını belirtmekte, iletişim fakültesi mezunlarının ise yerel basında çalışmayıp genel medyayı tercih ettiğini dile getirmektedir. Vural (1998: 10), yerel basının nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için iletişim fakültesi dışındaki üniversite mezunlarının da bir alternatif oluşturduğunu, böylelikle yüksek öğrenim kültüründen gelen, birikimli kişilerin sektöre girmiş olacağını belirtmektedir.

Sonuç olarak yerel gazetelerde çalışanların önemli sorunlar yaşadığı, gazetelerin ise nitelikli eleman bulamadıkları, nitelikli elemanları istihdam etmekte ekonomik nedenlerle zorlandıkları ve gazeteciliğin yerel anlamda saygın bir mesleğe dönüşmediği söylenebilir. Ancak, görece gelişmiş yerel gazetecilik ortamına sahip illerde, yerel gazetecilerin durumu, diğer Anadolu kentlerine oranla daha iyi durumdadır. Yerel gazetelerin gelişimine bağlı olarak yerel gazetecilerin çalışma koşullarının ve niteliklerinin yükselmesi söz konusu olabilecektir.

Basın İlan Kurumu şubesi bulunan illerdeki gazetecilerin eğitim durumlarına ilişkin bir araştırmaya göre (Şeker, 2007) iletişim eğitimi almış çalışanların oranı son derece düşüktür. Diğer yandan bu gazetelerde iletişim dışında üniversite eğitimi almış gazetecilerin sayısının da yetersiz olduğu ve çalışan yapısının ağırlıklı olarak lise mezunlarından oluştuğu görülmektedir.

Basın İlan Kurumu şubesi bulunan 10 ildeki duruma bakıldığında toplam çalışan sayısının 1900 olduğu görülmektedir. 10 ilde iletişim eğitimi almış çalışan sayısının sadece 171'dir. Oransal olarak iletişim eğitilmiş çalışanlar yerel gazetelerde yüzde 9'luk bir bölümü oluşturmaktadır. İletişim

dışında üniversite bitirmiş çalışanların sayısı ise 538'dir (28.6). İletişim mezunları dahil edildiğinde dahi yerel gazetelerde çalışan toplam üniversite mezunlarının oranı yüzde 40'a ulaşmamaktadır. Yerel gazetecilerin çoğunluğunu oluşturan lise mezunlarının toplam sayısı ise 943'tür. Oransal olarak bakıldığında yerel gazetelerin çalışanlarının yaklaşık yüzde 50'sinin lise mezunu olduğu görülmektedir. Ortaokul mezunlarının sayısı 155, oranı yaklaşık yüzde 8'dir. Yerel gazetelerde 59 (% 3.1) da ilkököl mezunu çalışan bulunmaktadır.

Bu veriler yerel gazete çalışanlarının yüzde 60'ından fazlasının üniversite mezunu olmadığını göstermektedir. İletişim fakültesi mezunlarının yerel gazetelerdeki oranının yüzde 10'a dahi ulaşmaması ise düşündürücüdür. Üstelik bu illerden İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Antalya, Kayseri ve Trabzon'da iletişim fakülteleri bulunmaktadır. Diğer yandan Basın İlan Kurumu şubesi bulunan illere 2007'den sonra eklenen Kocaeli, Eskişehir, Erzurum, Mersin'de de iletişim fakültesi bulunmaktadır. Ancak, bütün bu illerdeki iletişim eğitimi veren okulların mezun ettiği yüzlerce eğitilmiş genç gazetecinin yerel gazetelerde henüz yeterli düzeyde istihdam imkanı bulduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Yerel televizyonların çalışan yapısı ile ilgili bunun gibi ayrıntılı veriler bulunmamakla birlikte, benzer bir durumun var olduğu gözlemlenmektedir. Tüm yerel basında iletişim eğitimi almış çalışan sayısı son derece düşüktür.

Bu noktada, yerel gazeteler ve televizyonlarda iletişim fakültesi mezunlarının daha yüksek oranda istihdamı için çalışmalar yapılması gerektiği açıktır. İletişim eğitimi almış çalışanlar, yerel medyanın niteliğini yükseltecek, bu nitelik artışı gazetelere tiraj, televizyonlara yükselen izlenme oranı olarak yansıyacaktır. Dolayısıyla yerel medyanın etkinliği, gücü ve buna bağlı olarak sorunların birçoğunun temelini oluşturan ekonomik sıkıntılar çözümlenebilecektir. En azından belli gelişmişlik düzeyindeki illerde kurulu bulunan yerel gazete ve televizyonlarda iletişim mezunlarının yer alması mümkün görünmektedir. Gazetecilik mesleğine giriş, tüm dünyada yasalarla sınırlanmadığından, iletişim mezunlarının istihdamında ancak özendirici tedbirler önerilebilir. Basın İlan Kurumu ve Basın Yayın Enformasyon Kurumu'nda bu yönde bir eğilim olduğu görülmekle birlikte, bu çalışmalar henüz istenen sonuçları vermemiştir.

Sonuç

Bu çalışmada yoğun bir tartışma konusu olan iletişim eğitiminin sorunlarına ilişkin bazı saptamalar yapılmıştır. Sorunun akademiye ilişkin yönleri, sektörden kaynaklanan yönleri, eğitim sisteminin makro yapısından kaynaklanan yönleri ayrı ayrı ele alınmıştır. İletişim eğitiminin tarihsel olarak uygulamaya dönük yapısal özellikleri ile akademik eğitimin eleştireliliği arasındaki çatışma, bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Farklı iletişim fakültelerinde, gerek müfredat gerekse iletişim eğitime ve medya sektörüne yaklaşım açısından önemli farklar bulunmaktadır. İletişim mezunlarının aday olduğu sektör, kendi içinde önemli sıkıntılar yaşamaktadır. Mezunlara yansıyan en temel sorun ise istihdam sorunudur. Sektör yeterince istihdam yaratamamakta, az sayıdaki eleman ihtiyacı içinse son derece seçici davranmaktadır. Bu noktada medya sektörü ile iletişim fakülteleri arasında işbirliği yapılması, eğitimin sektörün beklentilerini de dikkate alarak yenilenmesi gerekmektedir. Ancak mevcut durumda bu türden bir ilişki söz konusu değildir. Kamu kurumu olan TRT ile iletişim fakülteleri arasında 2001 yılında başlatılan bir işbirliği projesi de sonuca ulaşmamıştır.

İletişim fakültelerinde verilen eğitim genel olarak, sektördeki beklentileri karşılayacak nitelikte mezunlar verilmesini sağlamamaktadır. Bunda fakültelerin öğretim elemanı ve donanım açısından eksikleri, yenilikleri takip etmekte zorlanmaları gibi nedenler yanında alınan öğrencilerin niteliği de etkili olmaktadır. Son yıllarda iletişim eğitimi veren okulların sayısında ve bu okulların kontenjanında bir enflasyon oluşmuştur. Bu gelişmenin sonucu olarak iletişim eğitimi almaya elverişli olmayan öğrenciler de fakültele kabul edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla hem iletişim eğitiminin hem de mezunların niteliği giderek düşmektedir. İletişim eğitimi veren okulların sayısı 40'ı alınan öğrenci sayısı 8000'i aşmıştır. Ulusal medyanın bu büyüklükteki bir mezunu istihdam etmesi söz

konusu değildir. İstihdamda bir alternatif olabileceği düşünülen yerel medyanın da kendi içinde önemli yapısal sorunları bulunmaktadır. Sayıca büyük görünen yerel gazete ve televizyonlar, istihdam yaratmada son derece sınırlı katkı sağlayabilmektedir.

Sonuç olarak iletişim eğitiminde eğitime ilişkin yaklaşımlar, eğitim veren kurumların ve kontenjanlarının artışına bağlı nitelik kaybı, sektörün mezun sayısındaki artışa paralel istihdam üretmesi gibi açmazlar bulunmaktadır. İletişim eğitimi veren fakültelerin sayı ve kontenjanlarının sınırlanmaması ve sektörün içinde bulunduğu yapının değişmemesi durumunda, mezunların yaşadığı sorunlar her geçen yıl daha da artacaktır. Bu da iletişim fakültelerinin iyi öğrenciler tarafından tercih edilmeyen, sadece dört yıllık okul diploması veren niteliksiz eğitim kurumlarına dönüşme sürecini hızlandıracaktır.

Kaynakça

Acar, Süleyman (1998). Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim. 9-10 Temmuz 1998, Isparta, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 6. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Altun, Abdülrezzak (1999). "Türkiye'de Gazetecilik Eğitimi". Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar Korkmaz Alemdar (der). İstanbul: Afa Yayıncılık.

Atabek, Nejat vd. (2000). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Mesleki Yaşamları Üzerine Bir Araştırma". Selçuk İletişim Dergisi Cilt 1. Sayı 2: 3-17.

Basın İlan Kurumu (2006). Yönetim Kurulu 2005 Yılı Faaliyet Raporu. İstanbul: Basın İlan Kurumu Yayını.

Girgin, Atilla (2001). Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Gürel, Nail. (1999). "Kapanış Konuşması". Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim. 29-30 Temmuz 1999 Konya. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 13. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

İnal, Ayşe (1996). Haberi Okumak,. İstanbul: Temuçin Yayınları,

Kayacan, İsa (1996). Basınımızın Anadolu Cephesi. Ankara: Ece Yayınları.

Kıracı, Hakan (1998). "Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlara Çözüm Önerileri". Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim. 12-13 Kasım 1998 Sivas. Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 8. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Mutlu, Erol (2000). "Türkiye'de İletişim Eğitimi". İletişim Dergisi (Kış): 235-259.

Özbek, Meral (1993). "İletişim Eğitimi Üzerine".

İLEF Yıllık 1992. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Özkök, Ertuğrul (2001). Hürriyet Gazetesi. 24.05.2001.

Özkök, Ertuğrul (2004). Hürriyet Gazetesi. 03.01.2004.

Özteke, Uğur (1998). "Yerel Basının Karşılaştığı Sorunlara Çözüm Önerileri". Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim, 9-10 Temmuz 1998, Isparta, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi 6. İstanbul: Erdini Basım ve Yayınevi.

Şeker, Mustafa (2002). "TRT-İletişim Fakülteleri İşbirliği Projesi". 8. İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı. 4-5 Şubat 2002, Konya.

Şeker, Mustafa (2007). Yerel Gazeteler. Konya: Tablet Yayınları.

Tokgöz, Oya (1988). "Türkiye'de Yerel Basının Konumu: Rolü ve Önemi". A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık. 1988: 165-179.

Topuz, Hıfzı (1996). Türk Basın Tarihi. İkinci Baskı. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Ünlü, Sezen vd. (1999). "Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Mezunlarının Fakülte'deki Eğitim Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Araştırma". İletişim Dergisi (Güz-Kış): 91-109.

Ünlü, Sezen vd. (2001). "İletişim Fakültelerindeki Öğretim Elemanlarının Fakültelerindeki Eğitim-Öğretim Ortamı Hakkındaki Görüşleri." İletişim Dergisi (Kış): 127-146.

www.istanbul.edu.tr. 10.09.2010.

www.marmara.edu.tr.10.09.2010.

Türkiye’de Gazetecilik Eğitimi: Değişimler ve Eğilimler

Ruhdan Uzun¹

Özet

Gazetecilik eğitimi, Türkiye’de başlangıcından beri çeşitli tartışmalara sahne olan, zaman içerisinde bu tartışılan sorunların çözümlenmesinden çok yeni sorunların ortaya çıktığı bir alan durumundadır.

Bu yazı, Türkiye’deki gazetecilik eğitimini ele almakta ve iletişim eğitimi içindeki durumunun genel bir görüntüsünü çizerek, ortaya çıkan yeni sorun alanları karşısında gazetecilik eğitiminin nasıl ele alınması gerektiği konusunda getirilecek önerilere katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, önce Türkiye’deki gazetecilik eğitiminin gelişmesi özetlenmiştir. Ardından gazetecilik eğitiminin günümüzdeki durumu betimlenmiştir. Daha sonra toplumsal ve teknolojik değişikliklerin gazetecilik mesleğine yansımaları ele alınarak, gazetecilik eğitiminde göz önüne alınması gereken eğilimler belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: İletişim, Eğitim, İletişim Eğitimi, Gazetecilik, Gazetecilik Eğitimi

Journalism Education in Turkey: The Changes and The Trends

Abstract

Journalism education is an area that has been witnessed of various discussions since its beginning in Turkey. In course of time, the discussions were not cleared up, on the contrary new problems arised in the area. In this study, journalism education in Turkey is discussed and described in the communication education. It aims to contribute to the future proposals about how journalism education should be.

In this context, firstly, the development of journalism education in Turkey is summarized, then its present situation is described. Additionally, the challenges of the social and the technological changes to the journalism profession are discussed. In this manner, the trends that should be considered in the journalism education are defined.

Keywords: Communication, Education, Communication Education, Journalism, Journalism Education.

¹ Doç. Dr. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Dünyada çağdaş anlamda gazetecilik eğitimi, 1908 yılında ABD’de Missouri Üniversitesi’nde kurulan gazetecilik okulunda başlamış, zaman içerisinde endüstrinin gelişmesine koşut olarak bu okulların sayısı da artmıştır (Mutlu, 1992). Ancak, gazetecilik eğitiminin hangi amaçla ve nasıl verileceği hep tartışma konusu olmuştur.

Batı dünyasında gazetecilik ve gazetecilik eğitimi konusunda üzerinde anlaşılacak değerler ve inançlar olmadığından söz edilmektedir (French, 2006; Raudsepp, 1989). Bu durum ise farklı gazetecilik anlayışlarının bir yansımasıdır. Her şeyden önce gazeteciliğin ne olduğu konusunda bir anlaşma yoktur. Gazetecilik medyanın bir parçası mıdır, yoksa ayrı bir alan mıdır? Gazetecilik bir meslek midir, yoksa bir ticaret konusu mudur? Bu soruların yanıtlarına ilişkin tartışmalar, gazeteciliğin rolünün kamusal hizmet mi yoksa ağırlıklı olarak ticari bir girişim mi olduğu konusundaki tartışmalarla ilgilidir. Eğer gazetecilik ticari bir girişim olarak görülüyorsa, medya endüstrisinin bir parçası olarak ele alınacaktır; fakat gazeteciliğin rolü kamusal hizmet olarak tanımlanırsa ayrı bir alan olarak ele alınması gerekecektir.

Gazetecilik konusunda üzerinde anlaşmaya varılmış kuramsal bir çerçeve olmaması, mesleğe ilişkin etik tartışmalarda da gözlenebilir. Mesleğin nasıl uygulanacağını gösteren etik metinler üzerindeki anlaşmazlık, gazeteciliğin nihai amacının ne olduğu ve bu amacın kuramsal olarak nasıl temellendirileceği konusunda görüş birliği olmamasından kaynaklanmaktadır.

Farklı gazetecilik anlayışları arasındaki anlaşmazlık, gazetecilik eğitime de yansımaktadır. Gazetecilik eğitiminin nasıl olması gerektiği konusundaki tartışmalarda üniversite-endüstri çatışması, en çok kuram-uygulama ayrımında somutlaşmaktadır. Yıllardır gazeteciliğin konumu ve rolü konusunda anlaşmaya varılamamışken bir de değişmekte olan doğası için girince, gazetecilik eğitimi daha da sorunlu hale gelmektedir.

Türkiye’de gazetecilik eğitimi konusundaki tartışmaların somut bir zemine oturtulabilmesi için tarihsel gelişim içinde bugünkü durumunun betimlenmesi ve meslekteki dönüşüm eğilimlerinin belirlenebilmesi, gazetecilik eğitiminin nasıl ele alınması gerektiği konusundaki tartışmalara katkı sağlayacaktır. Bu amaçla, önce Türkiye’de gazetecilik eğitiminin tarihsel gelişimi özetlenmiş, ardından gazetecilik eğitiminin iletişim eğitimi içindeki yeri incelenmiştir. Bu inceleme için Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi’nin 2010 yılı için hazırladığı Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu’ndaki veriler kullanılmıştır. Ardından, bilişim ve ağ teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte gazetecilik mesleğindeki dönüşüm eğilimlerinin alana ilişkin eğitime yansımaları değerlendirilmiştir.

1. Türkiye’de Gazetecilik Eğitiminin Gelişimi

Türkiye’de bir gazetecilik okulunun kurulmasından söz edilmesi 1930 yılına gider. “Tek parti yönetimi gazetecilerin de en az öğretmen kadar eğitim görmesi gerektiğine inandığından, sorumlu yazışları müdürleri için lise ya da yüksekokul bitirme zorunluluğunu 1931 basın yasasına eklemiştir” (Alemdar ve Erdoğan, 1998).

Bunun üzerine İstanbul Darülfünunu bir gazetecilik okulu açmak için çalışmalara başlamış, ancak yasanın ilgili hükmü, gazetecilerin girişimleriyle değiştirilince yüksekokul açılması çalışmaları da durmuştur (Alemdar, 1981:2-3). Cumhuriyet döneminin ilk basın yasası olan 1931 Matbuat Kanunu, gazetecilerin eğitimi konusuna yasa koyucunun nasıl yaklaştığı konusunda bir fikir vermektedir. Yasanın 12. maddesi, gazete ve dergi sahiplerinde bulunması gereken nitelikleri belirtirken, “yüksek mekteplerden veya lise ile buna muadil diğer mekteplerden şahadetnameli olmak” koşulunu getirmiştir. Matbuat Kanununun Meclis’te görüşülmesi sırasında Zonguldak Milletvekili Celal Sahir Bey, “yüksek mekteplerden veya liselerden” ifadesinin kullanılmasına karşı çıkmış, bunların

birinin yeğlenmesi gerektiğini belirtmiştir (İskit, 1939:449). Şebinkarahisar Milletvekili Vasfi Raşit Bey ise Encümen mütalaasını aktararak, “Mektebi âlî bulunan yerlerde mutlaka mektebi âlî mezunu olmak şarttır. olmadığı takdirde lise mezunu olmak da kafidir” diyerek yanıt vermiştir (İskit, 1939:450).

Yasanın 15. maddesi ise, “gazete ve mecmuanın başmuharriri ile umumi neşriyatını idare eden zatın yüksek mektepten mezun ve bunlarla umumi müdür ve yazı işleri müdürünün on ikinci maddede yazılı vasıf ve kabiliyetleri haiz bulunması şarttır.” hükmünü getirmektedir. Dönemin koşulları düşünüldüğünde, yüksek okuldan mezun olma şartının aranması, gazetecilik mesleğini yapacak kişilerde yüksek bir eğitim düzeyi arandığını göstermektedir. Söz konusu yüksek öğretim şartını taşımayan, ancak yasa çıktığı sırada gazetecilik yapan kişilerin durumları ise yasanın geçici B maddesi ile düzenlenmiştir. B Maddesi, “Bu kanunun neşri tarihinde gazete ve mecmuaların çalışmakta olan sahip, başmuharrir ve umumi neşriyatını idare edenler kanununun tahsil derecesi noktasından koyduğu kayıtlardan kanununun neşri esnasında fiilen buldukları vaziyetlere maksur kalmak şartıyla müstesna tutulurlar.” hükmünü getirmiştir.

Yasanın meclisteki görüşmeleri sırasında, Ordu Milletvekili Ahmet İhsan Bey, “Bugün çıkmakta olan gazetelerde çalışan tahsil görmemiş efendilerin kâffesine imtiyaz veriliyor. Bunlara ya bir müddet verelim yahut kanundan tahsil kaydını kaldıralım. (...) Ya ilmin, irfanın kıymeti vardır veya yoktur.” diyerek, geçici maddeye karşı çıkmıştır (İskit, 1939:474).

Aksaray Milletvekili Besim Atalay Bey de geçici B maddesini “kanunun ruhunu bozacak bir engel” diye niteleyerek şöyle konuşmuştur:

“Şimdiye kadar herhangi bir gazetede çalışmış olan tahsilsiz bir çocuk kidedi yüzünden orada çalışmaya muvaffak olacaksa bu yine eskiden kalma bir kıdem idaresidir. İlimsiz, bilgisiz, seciyesiz kudemlerin bu memleketin tarihinde açtığı yaralar hala kanamaktadır. (...) Bizi tahsil kaydını koymaya sevkeden sebep, kıdemle kalkıyor mu ve kıdem ile maksat tatmin ediliyor mu? Efendiler; sebebi asli, olduğu gibi kalıyor. Bir inkılap meclisi olan meclisimiz; herhangi bir kıdem herhangi bir şuursuz, seciyesiz kıdemini tanıyamaz. O, ancak bilgiye hürmet eder, gayesine doğru varmak için yürür bir meclistir” (İskit, 1939:475).

Bunun üzerine, Geçici B maddesine, yasanın yayımlandığı tarihte gazetelerde çalışan sahip, başyazar ve genel yayından sorumlu kişilerin eğitim şartlarından üç yıl istisna tutulması hükmü konmuştur.

1933 Yılında Giresun Milletvekili Hakkı Tarık Bey, Matbuat Kanununun 12. maddesinin değiştirilmesi için bir yasa teklifi vermiştir. Hakkı Tarık Bey, teklifinin gerekçesini şöyle açıklamaktadır:

“Kanun çıkışı iki yıla yaklaştı. Bir yıl daha geçince bunlara meslekten çıkmak gözüküyor. Zira bunların bu zaman içinde yüksek tahsil kağıdı almak ellerinde değildir. Darülfünuna girmek için bir kere lise tahsili şarttır; yüksek tahsil memleketin yalnız Ankara, İstanbul gibi iki yerinde edinilebilir. Kanun çıktığı zaman bu meslekte yıllanmış olanların hepsini yeniden ne Ankara’ya ne İstanbul’a getirmek mümkün olurdu. Mümkün olsa da kendilerine yeni baştan bir lise tahsili göstermek için bu tahsil derecesine konulan mesela yaş kaydını kendilerine uydurmak ellerinden gelmezdi. Bütün bunlardan başka geçim şartlarıyla yüksek tahsilin üç dört yıllık devam mecburiyetlerini yerine getirmek hemen olmayacak bir şeydi. Bunun için diyorum ki bir yıl sonra bu mesleğin şimdilik bu muvakkat maddeden istifade eden ileri gelenleri mesleğe veda etmek vaziyetindedirler. Kanunun tatbikatında ısrar ile asıl meslekin kendi mektebi olan içinden yetişmiş, işin içinde pişmiş olan bu meslektaşlara yol vermek halinde ise yerlerini yüksek tahsil görenlerle de kolayca dolduramayız, mesleği sarsıntıdan kurtaramayız” (İskit, 1939:110).

Hakkı Tarık Bey, geçici madde yerine hem “kanunun ruhunu” hem de “mesleği korumak” için bir yöntem bulunması gerektiğinden söz etmiştir:

“Gazete ve mecmuaların en kesif bir halde buldukları İstanbul’daki meslek mensupları bu teklif suretini kendileri ileriye sürmüşler, altı ay kadar müddetli bir gazetecilik kursundan muvaffakiyetle geçenleri kanunun kendilerinde aradığı tahsil kaydını yerine getirmiş sayarak meslekte alakalarının muhafaza edilmesini ve yükseltmesini istemişlerdir. Bu kurs ve neticeleri Maarif Vekaletinin tasvibi, murakabesi altında olacak-

tır. Bu suretle kazanılmış olan yüksek tahsil görme vaziyetinin yalnız matbuat kanununun koyduğu kayıt bakımından bir kıymeti olacağı, bunun başka bir sahada yüksek tahsil görenlere tanınmış olan kayıtları istemek salahiyeti vermeyeceği de bellidir” (İskit, 1939:101).

Dahiliye Encümeni Mazbatasında ise, “Bunların kısa süreli bir kurstan geçirildikten sonra matbuatın en yüksek ve mesuliyetleri büyük mevkilerine kanunen ehliyet kesbetmiş olmalarını tanımak matbuat kanununun istihdaf ettiği gayeye tevafulk etmeyeceği gibi her hangi bir mesleğin küçük kademelerine giren bir zatın matlup ve lazım vasıf ve şartları haiz olmadığı halde dahi o mesleğin en yüksek kademelerine çıkabilmesini bir hak olarak tanımak mecburiyeti bilhassa matbuatta umumi menfaatle telifi kabil olmayan bir keyfiyet olduğundan teklifin bu kısmının reddine” (İskit, 1939:102) karar verilmiştir.

Adliye Encümeni Mazbatasında ise, eğitim şartına uymayan gazetecilerin “ bir kurstan geçerek yazı işleri müdürü, umumî müdür, başmuharrir ve sahip gibi tahsil kaydına tabi bir vazife alabilmelerini temin edici bir tadinin kabulü yeni başlayan Üniversite teşkilatı sırasında Maarif Vekaletince nazarı dikkate alınabileceği” (İskit, 1939:103) için maddeye bir hüküm konmasına gerek görülmediği belirtilmiştir.

8 Haziran 1933 tarihli Matbuat Kanununun Muvakkat B maddesini Tadil Eden 2281 Numaralı Kanun, yasa çıkarılırken eğitim düzeyi konusunda getirilen 3 yıllık istisnayı kaldırmıştır. Söz konusu yasa ile yeni düzenleme şöyle olmuştur:

“Bu kanunun neşri tarihinde gazete ve mecmualarda çalışmakta olan başmuharrirler, umum müdürler, yazı işleri müdürleri ve fiilen sahipler buldukları vaziyete maksur kalmak şartıyla bu kanunun tahsil derecesi bakımından koyduğu kayıtlara tabi değildirdir”.

Gazetecilerin eğitimi konusu, 1935 yılında Ankara’da toplanan Birinci Basın Kongresinde de gündeme gelmiştir. Basın Genel Direktörlüğü’nün, Türk basınına ilgilendiren işleri düzenlemek üzere topladığı kongrenin amaçlarından biri de “gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin ilerleme ve yükselme yollarını araştırmak ve Basın Birliğini kurmak”tır (İskit, 1939:177).

Kongrede oluşturulan Meslek komisyonunda, Türk gazeteciliğinin devrim yolundaki hizmetlerini güçlendirmek için onların meslek bilgilerinin artırılması üzerinde de durulmuştur:

“Türk Basın Kurumu Türk gazeteciliğinin devrim yolundaki hizmetlerini kuvvetlendirmek için onların meslek bilgilerinin artırma ödevi ile karşı karşıyadır. Bunun için, saptanacak gazetecilik akademisi programlarını, bütün gazetecilerin izlemeye zorunlu kılınmalarını, iki veya üç yıl içinde bütün gazetecilerin buldukları yerlerde yoklanarak kendilerine diploma verilmesini gerekli ve yararlı görürüz. Böylelikle savaşlar ve yaşamın bin bir güçlüğü yüzünden yüksek öğrenimlerini bitirememiş, fakat devrimin her aşamasında ve alanında gücü yettiği kadar çalışmış olan gazetecilerin kültürece yükseltilmeleri sağlanacak ve Matbuat Kanunu’nun pek dar bir alan ayırdığı kazanılmış haklar yüzünden uğradıkları zarar hafifletilecektir” (İskit, 1939:181-182).

Basın Kongresinin ve kongrede oluşturulan kurulun çalışmaları sonucu, 27 Haziran 1938’de 3511 sayılı Basın Birliği Yasası çıkarıldı. Yasanın 5. maddesinde “gazetecilik okulları veya meslek kursları açmak” da Basın Birliği’nin kurulmasındaki amaçlar arasında belirtilmiştir. Demokrat Parti döneminin ilk basın yasası olan 15 Temmuz 1950 tarihli ve 5680 sayılı Basın Yasasının 5. maddesi ise, sorumlu müdürün taşıması gereken nitelikleri belirtirken “Türkçe okur-yazar” olmayı yeterli görmüştür. Yasada 27 Mayıs 1960 müdahalesinden sonra, 29 Kasım 1960 tarihli değişikliklerle sorumlu müdür için “lise tahsili görmüş olmak veya bu derecede tahsili bulunduğu resmen tevsik edilmiş olmak” koşulu getirilmiştir.

2004 yılında çıkarılan 5187 sayılı Basın Yasası ise 5. maddesinde sorumlu müdür olabilmek için “En az ortaöğretim veya dengi bir eğitim kurumundan mezun olmak” koşulunu yeterli saymıştır. Cumhuriyet döneminin ilk basın yasası ile son basın yasası arasında 73 yıl geçtiği göz önüne alındığında geline noktanın yasalardaki yansımalarının, gazetecilik eğitiminde yüksek standartlar getirilmesi doğrultusunda olmadığı görülmektedir.

Türkiye'de ilk özel gazetecilik okulu 1948'de Müderris Fehmi Yahya tarafından açılan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu'dur. Basın dünyasına ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştirmek amacıyla kurulan okul, biri ortaokul üzerine 3 yıllık, diğeri ise lise üzerine bir yıllık eğitim veren iki devreden oluşuyordu. Okulun eğitimine 1963 yılında ara verildi (İnuğur, 1988:155-157).

1949 yılında, İstanbul Üniversitesi Senatosu İktisat Fakültesi'nde bir gazetecilik enstitüsü kurulmasına karar verdi (Abadan-Unat, 1972: 68). Bu kurum gazetecilere diploma verme işlevi gören ilk meslek eğitim kurumu oldu (Alemdar ve Erdoğan, 1998). 1950 yılı güz döneminde Gazetecilik Enstitüsü'ne iki yıllık eğitim için öğrenci alındı. Enstitüye hem lise mezunları hem de Enstitü Yönetmeliğinin geçici maddesi gereği olarak iki yıl fiilen gazetecilik yapmış olan kişiler, öğrenim durumlarına bakılmaksızın öğrenci olarak kabul edildi. Öğrenci Derneğinin 1960'da eğitimin üç yıla çıkarılması için istekte bulunması üzerine eğitim süresi önce üç yıla daha sonraları da dört yıla çıkarılarak Enstitünün adı İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Halkla İlişkiler Yüksek Okulu'na dönüştürüldü.

1960 sonrası Ankara Gazeteciler Cemiyeti, lisans düzeyinde yeni bir yüksek okulun kurulmasını gündeme getirdi. İletişim alanında eğitim verecek bir okul kurulması hakkındaki istek, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'ne iletili. Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1962'de "Haberleşme Enstitüsü'nün kurulmasını ilke olarak kabul etti. Okulun kuruluşu ile ilgili sorunların incelenmesi için UNESCO Genel Merkezinden Görevlendirilen Brüksel Üniversitesi Gazetecilik Profesörü Roger Clausse, çalışmalar yaparak bir rapor hazırladı. Raporda, okulun dar anlamda sadece gazeteciliği değil, televizyon, radyo, sinema, halkla ilişkiler kavramlarını kapsaması gerektiği, üniversite eğitimi hedeflenirken onun yanında uygulamaya da önem verilmesi ve meslek çevreleriyle ilişkilerin güçlendirilmesi gerektiği vurgulanıyordu. Siyasal Bilgiler Fakültesi'nin Clausse'un raporu ışığında okulun kurulması için hazırladığı yönetmelik, 1964'te Ankara Üniversitesi Senatosunca kabul edildi. Bu kararlar okulun adı Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu oldu (Abadan-Unat, 1972:70-76; Tokgöz, 1975:117-118; Altun, 1995:107- 109).

1965 yılında eğitim vermeye başlayan okula, üniversite giriş sınavıyla lise mezunları yanında yine yapılan sınavı kazanmış 5 yıl meslekte çalışmış lise mezunları arasından öğrenci alındı. Okul, başlangıçta Basın, Halkla İlişkiler, Radyo-Televizyon olmak üzere üç bölümden oluşuyordu. 1968'de yapılan bir değişiklikle Basın ve Halkla İlişkiler bölümleri birleştirildi. Bu durum 1988 yılında Gazetecilik ve Halkla İlişkiler bölümlerinin birbirinden ayrılmasına kadar sürdü (Tokgöz, 2003:22).

Diğer yandan 1965'te, 625 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu ile Türkiye'de özel yüksek okulların açılabilmesine olanak tanınınca, gazetecilik eğitiminde özel yüksek okullar dönemi başladı. 1966'da İstanbul Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1967'de Ankara'da Başkent Özel Gazetecilik Yüksek Okulu, 1968'de İzmir'de İzmir Karataş Özel Gazetecilik Okulu açıldı (Altun, 1995:110). Bu okullar gelen şikayetler üzerine incelemeye alındı ve 1971 yılında çıkarılan bir yasa ile devletleştirilerek akademilere bağlandı (Tokgöz, 2003:23).

2547 sayılı yasa ile Yüksek Öğretim Kurulu'nun kurulmasıyla birlikte, tüm mevcut devlet üniversitelerinde eğitim ve öğretim bakımından yeni düzenlemeler yapılması gündeme geldi. Bu düzenlemelerle birlikte, yüksek öğretim kurumlarının teşkilatı 1982 yılında 41 sayılı kanun hükmündeki kararname ile tekrar düzenlendi. Bu kararname ile gazetecilik alanında eğitim veren okullar, Ankara, İstanbul, Marmara, Ege ve Gazi Üniversiteleri Basın Yayın Yüksek Okulları adı altında bu üniversitelerin rektörlüklerine bağlandı.

1992'de ise 3837 sayılı yasa ile 2908 sayılı yüksek öğretim kurumları yasasında değişiklik yapılarak, mevcut bulunan beş Basın-Yayın Yüksek Okulu, İletişim Fakültelerine dönüştürüldü. Ayrıca, bu yasa ile Konya'da Selçuk Üniversitesi'ne bağlı İletişim Fakültesi ile Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi'ne bağlı İletişim Bilimleri Fakültesi kuruldu.

Devlet üniversiteleri içinde iletişim fakültelerinin sayısı artarken, 1997 yılından itibaren vakıf üni-

versitelerinin kurulmasının yolu açılınca, vakıf üniversiteleri içinde de iletişim fakülteleri açılmaya başlandı. Bunların yanında, devlet üniversitelerinin ya da vakıf üniversitelerinin güzel sanatlar fakülteleri içinde iletişimle ilgili lisans programları açılmaya başlandı. Bu süreçte, meslek yüksek okullarında da iletişim, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yayıncılığı, fotoğrafçılık gibi bölümler oluşturuldu.

2. Gazetecilik Eğitiminin Günümüzdeki Durumu

Günümüzde Türkiye’de gazetecilik eğitiminin yüksek öğretim düzeyindeki genel görünümünü belirlemek için ÖSYM’nin 2010 Kontenjan Kılavuzundan yararlanılmıştır.² Kılavuzda, öğrencilerin tercih yapabilecekleri 161 üniversite bulunmaktadır. Bu üniversitelerin 21’i yurtdışında, 140’i yurtiçindedir. Yurtiçindeki 140 üniversiteden 45’i vakıf, 95’i devlet üniversitesidir.

2010 Kontenjan Kılavuzunda yer alan 161 üniversitenin 49’unda iletişim eğitimi verilmektedir. Bu üniversitelerin 7’si yurtdışındadır. Yurt içinde iletişim eğitimi verilen 42 üniversitenin 22’si vakıf üniversitesi, 20’si devlet üniversitesidir. Söz konusu rakamlar, iletişim eğitiminin popüler bir eğitim alanı olduğu biçiminde yorumlanabilir. İletişim eğitimi, neredeyse her üç üniversitenin birinde yer almaktadır. Bir başka nokta da vakıf üniversitelerinin devlet üniversitelerine göre çok yeni olmalarına karşın, iletişim eğitiminin vakıf üniversitelerinde daha yaygın olmasıdır. Kontenjan Kılavuzu üzerinden yapılan fakülte temelindeki bir inceleme ise 53 fakültede iletişim alanında lisans eğitimi verildiğini göstermektedir (Bkz. Tablo-1). İletişim alanındaki eğitim programlarına, yalnızca iletişim fakültelerinde değil, güzel sanatlar fakültelerinde, sanat ve tasarım fakültelerinde, işletme fakültelerinde, fen-edebiyat fakültelerinde de yer verilmektedir.

Tablo-1. İletişim Eğitimi Verilen Fakülteler

İletişim Eğitimi Veren Fakülteler	Sayı
İletişim Fakültesi	34
İletişim Bilimleri Fakültesi	2
Güzel Sanatlar Fakültesi	8
Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi	1
Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	1
Sanat ve Tasarım Fakültesi	1
İşletme Fakültesi	2
Fen Edebiyat Fakültesi	1
İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi	1
Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu (4 Yıllık)	1
Gazetecilik Fakültesi	1
Toplam	53

Lisans düzeyinde iletişim eğitimi veren 53 fakülte ve yüksekokulda, toplam 302 program bulunmaktadır.

2 Çalışmada ÖSYM 2010 Kontenjan Kılavuzu temel alındığı için sayılar verilirken, kağıt üzerinde var olup da yeterli kadrosu bulunmadığı için öğrenci alamayan, dolayısıyla eğitim yapamayan bölümler dahil edilmemiştir.

İletişim eğitiminde bölümler

İletişim alanında eğitim veren fakültelerde 23 farklı bölüm bulunmaktadır. Bu bölümler aşağıda gösterilmiştir:

Gazetecilik, Basın ve Yayın, Radyo ve Televizyon, Sinema ve Televizyon, Radyo Televizyon ve Sinema, Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Reklamcılık, Reklam Tasarımı ve İletişimi, İletişim, İletişim Bilimleri, İletişim Tasarımı, İletişim ve Tasarım, Görsel İletişim Tasarımı, Kültür Yönetimi, Medya ve İletişim Sistemleri, Sanat Yönetimi, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı, İletişim Sanatları, Medya ve İletişim, Yeni Medya, Medya ve Görsel Sanatlar.

3. İletişim Eğitimi İçinde Gazetecilik Eğitiminin Yeri

İletişim alanındaki eğitim 49 üniversitede verilirken, gazetecilik eğitimi 24 üniversitede verilmektedir. Bu üniversitelerden 7'si yurt dışında, 17'si yurt içindedir.

İletişim alanındaki eğitim 53 fakültede verilirken, gazetecilik eğitimi 24 fakültede (yüzde 45.28) verilmektedir. Tablo-2'de görüldüğü gibi, bu fakültelerin 7'si yurtdışında 46'sı yurt içindedir. Yurtdışında iletişim eğitimi verilen bütün fakültelerde gazetecilik eğitimi verilmektedir. Buna karşılık yurt içinde iletişim eğitimi verilen 46 fakülteden yalnızca 17'sinde (yüzde 36.95) gazetecilik eğitimi verilmektedir.

Tablo-2. Fakülte bazında gazetecilik eğitiminin iletişim eğitimindeki yeri

Üniversite yeri	İletişim eğitimi veren fakülte sayısı	%	Gazetecilik eğitimi veren fakülte sayısı	%
Yurtiçi	46	86.79	17	70.83
Yurtdışı	7	13.21	7	29.17
Toplam	53	100.00	24	100.00

Yurtiçinde iletişim eğitimi veren devlet ve vakıf üniversitelerine ait fakülteler içinde gazetecilik eğitiminin yeri Tablo-3'te gösterilmiştir. Buna göre, Türkiye'de iletişim alanında eğitim veren 46 fakülte bulunmaktadır. Bu fakültelerden 22'si devlet (yüzde 47.83), 24'ü vakıf (yüzde 52.17) üniversitelerine aittir. Devlet üniversitelerinin iletişim eğitimi veren 22 fakültesinden yalnızca 12'sinde gazetecilik eğitimi verilmektedir. Vakıf üniversitelerinin iletişim eğitimi verilen 24 fakültesinden ise yalnızca 5'inde gazetecilik eğitimi verilmektedir. Başkent, Fırat, Gümüşhane, İstanbul Bilgi, İstanbul Şehir, İzmir Ekonomi, Kadir Has, Karadeniz Teknik, Yaşar, Yeni Yüzyıl, Zirve Üniversitelerinin iletişim fakültelerinde ise gazetecilik bölümü bulunmamaktadır.

Tablo-3. Yurtdışındaki vakıf ve devlet üniversitelerinde gazetecilik eğitimi

Üniversite türü	İletişim eğitimi veren fakülte sayısı	%	Gazetecilik eğitimi veren fakülte sayısı	%
Devlet	22	47.83	12	70.59
Vakıf	24	52.17	5	29.41
Toplam	46	100.00	17	100.00

Gazetecilik eğitimi verilen programların özellikleri Tablo-4'te gösterilmiştir. Buna göre, gazetecilik eğitimi verilen 49 program bulunmaktadır. Bunlardan 22'si normal program, 6'sı ikinci öğretim programıdır. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde bir uzaktan eğitim programı bulunmaktadır. Çeşitli vakıf üniversitelerinde toplam 20 burslu program vardır. Gazetecilik eğitimi için ayrılan toplam kontenjan ise 2106 kişidir.

Tablo-4. Gazetecilik eğitimi verilen programların özellikleri

Program	Program sayısı	Kontenjan	
Normal	22	1156	
İkinci Öğretim	6	475	
Tam Burslu	9	43	
% 50 Burslu	8	287	
% 25 Burslu	3	45	
Uzaktan Eğitim	1	100	
Toplam Program Sayısı	49	2106	

İletişim fakülteleri Türkçe-Sosyal puan türüyle öğrenci almaktadır. Bu fakültelerin en çok hangi bölümlerinin tercih edildiği konusunda bir fikir vermesi için 2010 Kontenjan kılavuzunda yer alan bölüm puanları ve başarı sıraları Tablo-5'te gösterilmiştir. Tabloda, gazetecilik bölümünün diğer bölümlere göre başarı sıralamasının genel olarak daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo-5. İletişim fakültelerinin ve bölümlerinin başarı sıraları ve puanları³

Programlar	0,12 AOBP'li Başarı Sırası	0,15 AOBP'li Başarı Sırası	En Küçük Puan
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	56.900	70.900	361
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	32.600	42.200	385
Radyo Televizyon ve Sinema	38.500	48.700	378
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ			
Basın ve Yayın	38.000	48.200	379
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	7.300	11.700	429
İletişim	23.400	31.500	397
Sinema ve Televizyon	17.000	24.000	407
ANKARA ÜNİVERSİTESİ			

3 Tablodaki eksiklikler, 2010 Kontenjan Kılavuzundaki veri eksikliklerden kaynaklanmaktadır. Bazı programların yeni açılmış ya da yeni öğrenci alabilecek durumda olması nedeniyle karşılaştırma yapacak veriler bulunmamaktadır.

Gazetecilik	35.44	45.200	382
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	24.800	33.200	395
Radyo Televizyon ve Sinema	36.800	46.900	380
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	49.400	61.900	367
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	51.000	63.900	366
Radyo Televizyon ve Sinema	45.100	56.700	371
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	371.000	372.000	240
Halkla İlişkiler	-	-	-
Reklamcılık	421.000	403.000	223
Sinema ve Televizyon	412.000	399.000	226
EGE ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	34.400	44.200	383
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	20.100	27.700	402
Radyo Televizyon ve Sinema	26.200	34.800	393
Reklamcılık	16.600	23.600	408
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	56.100	69.900	361
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	36.100	46.100	381
Radyo Televizyon ve Sinema	63.700	79.000	355
GAZİ ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	43.100	54.200	373
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	31.600	41.100	386
Radyo Televizyon ve Sinema	32.900	42.600	384
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	25.300	33.700	394
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	15.000	21.700	410
Radyo Televizyon ve Sinema	10.700	16.100	420
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	41.400	52.200	375

Halkla İlişkiler ve Tanıtım	68.300	84.600	352
Radyo Televizyon ve Sinema	26.500	35.200	392
Reklamcılık	17.500	24.700	406
MARMARA ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	29.000	38.000	389
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	20.000	27.600	402
Radyo Televizyon ve Sinema	18.500	25.800	404
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	48.000	60.200	368
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	33.700	43.500	383
Radyo Televizyon ve Sinema	53.400	66.700	360
KIRGIZİSTAN-TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ			
Gazetecilik	95.500	116.000	336
Halkla İlişkiler	63.000	78.200	356
Radyo Televizyon ve Sinema	81.900	100.000	343

4. Gazetecilik Mesleğindeki Değişme Eğilimleri ve Eğitim

İletişim eğitimi, tarihsel olarak ilk gelişen kitle iletişim medyası gazete olduğu için gazetecilik eğitimi biçiminde başlamıştır. Daha sonra radyo, televizyon, sinema gibi medyaların ve halkla ilişkiler, reklamcılık gibi sektörlerin de gelişmesiyle alanı ve kapsamı genişlemiştir. İletişim alanının teknolojik, toplumsal, siyasal ve ekonomik gelişmelerin hemen yansıdığı dinamik bir alan olması, bu alandaki eğitime de yansımakta ve onu sürekli tartışılan bir konumda tutmaktadır.

Gazetecilik eğitiminin günümüzde durumunu değerlendirirken, meslekteki değişimler konusunda iki eğilim belirlenebilir. Bunlardan biri mevcut medya kuruluşlarında uygulanan gazetecilikteki dönüşümlerdir. Bir diğeri ise gazetecilikteki mesleksizleşme eğilimleridir. Gazetecilik mesleğindeki bu değişimler, gazetecilik eğitimini de etkilemekte, nasıl ve niçin gazetecilik eğitimi verilmesi gerektiği konusundaki tartışmaları yakından ilgilendirmektedir.

5. Geleneksel Gazetecilikteki Değişimlerin Gazetecilikteki Eğitimine Yansıması

İletişim fakültelerinin önceliklerinin ne olması gerektiği konusundaki tartışmalar yıllardır sürmesi-ne karşın henüz sonuçlanmamış değildir. Bu tartışmalarda, kurama ve uygulamaya yönelik derslerin ağırlıklarının belirlenmesi konusunda somutlaşan üniversite-endüstri çatışması önemli bir yer tutmaktadır. Söz konusu çatışmanın temelinde ise yalnızca iletişim alanıyla sınırlanamayacak daha derin bir değişim yatmaktadır. Neo-liberal politikaların sonucu olarak geçmişte “kamu hizmeti” olarak görülen sağlık, eğitim, telekomünikasyon ve iletişim gibi alanların piyasa rekabetine açılması ve devletin sosyal ve kültürel hizmet alanlarından çekilmesi sürecinde, medya kuruluşları bir

meşruiyet bunalımı yaşamaya başlamıştır. Çünkü liberal-kapitalist toplumlarda medyanın meşruiyeti kâr güdüsünün kamu yararının gerisinde tutmaya ve yurttaşların demokratik karar mekanizmalarında etkin bir rol oynayabilmesi için gereksinme duydukları haberi sağlamaya dayandırılmıştır. Ancak, 1980’lere gelindiğinde hemen her alanda yaşanan köklü değişimlere koşut olarak, medyanın topluma bilgi ve haber aktarma işlevi ikinci plana itilmiştir. Medya kapitalizm için son derece kârlı bir birikim alanı haline gelirken, medya sektöründeki sahiplik yapısının değişmesi kamusal iletişimin de görüntüsünü değiştirmiştir. Küresel medya, küreselleşen mali pazarların işleyebilmesinde önemli hale gelmiş, pazarın serbestçe işleyişine engel olarak görülen ve “kamusal yarar” adına uygulanan müdahale ve düzenlemelerin kaldırılmasını ifade eden deregülasyon uygulamalarıyla küresel medyanın dev tekellerinin temelleri atılmıştır. Medya sektöründeki yoğunlaşma, artık izlenmesi güç bir hızla artmaktadır. Bu ortamda, iletişim fakültelerinin sektöre nitelikli eleman yetiştiren kurumlar mı yoksa sektördeki işleyişin yarattığı durumu anlamak için sorgulama/araştırma yapmaya çalışan bilimsel kuruluşlar mı olacağı yönündeki tartışmalar yoğunlaşmıştır. Gazetecilik bölümleri, bir yandan alana teknik/profesyonel insan gücü yetiştirmeye çalışırken bir yandan da gazeteciliği sosyal bilimlerin bir araştırma alanı olarak ele alıp incelemeye çalışmış, ancak eleştirilerden kurtulamamıştır.

Diğer yandan, neo-liberal politikaların toplumsal yaşamın her alanını biçimlendirmeye başlamasıyla ortaya çıkan dönüşüm sürecinde gazetecilik mesleğinin kendisi de tartışma konusu olmaya başlamıştır. Siyasal ve ekonomik değişimlere iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü gelişmeler de eklenince, ses, video ve veri iletişiminin tek bir kaynaktan, tek bir vericide ve tek bir alıcıda birleşmesi olarak tanımlanabilen sayısal yöndeşme yanında, geleneksel olarak ayrı olan endüstrilerin yeni medyaya bağlı olarak bir araya gelmesini anlatan sektörel yönelişlere eğitimleri “gazeteci kimdir?”, “gazetecilik nedir?” sorularının yeniden tartışılmasına yol açmıştır. Bütün bu gelişmelerin endüstriyi bir mesleksizleştirmeye götüreceği yönündeki kaygılar da artmaktadır.

Yeni medya endüstrilerinde habercilik işinin yapılışı ve örgütlenişi, geleneksel gazetecilik uygulamalarından büyük ölçüde farklıdır. Belsey’in (1998: 4) belirttiği gibi, “Böyle bir endüstride medya işçileri diğer işçilere benzer. Bir iş bulma, iş güvenliği, çalışma koşulları, gelecek beklentisi ve tamamen haklı olarak kişisel doyumla ilgilenirler. Üzerlerindeki iş baskıları sürmektedir: iş yönetimi (line management), küçültme (downsizing), hünersizleştirme (stenografi gerekmez) ve yeniden hünertilendirme” (Windows ve PageMaker gerekir). Gazetecilerin hünersizleştirilmesi sürecinde, Hardt’ın da belirttiği gibi, “haber üretimi artık profesyonel müdahale gerektirmemektedir, sadece bilgisayar okuryazarı olan ve analitik yetenekler uygulamaktan çok enformasyonu paketlemeye daha yatkın olan ucuz bir iş gücü tarafından yapılabilmektedir” (aktaran Iggers, 1998: 77). Yeniden hünertilendirme eğilimi ise çoklu hünere gerektirmekte, bu da gazetecilik mesleğinin yakın geleceğini tehdit eder görünmektedir. Michael Bromley’in öne sürdüğü gibi, “çok hünertililik, bazılarının girişimci editörler olarak hünertilendirerek fakat diğerlerini makinelerin elleri konumuna ve bilgisayarın uzantılarına indirgemekle hünersizleştirerek gazeteciliğin nihai parçalanması potansiyelini içerir” (aktaran Keeble, 2004: 5). Haber kuruluşlarının endüstrileşmesi gazetecilerin etkinliğini parçalamaktadır. Bu süreçte habercilik işi örgütlenmesinde sözlü (ve resimli) medya teknisyenleri olarak birkaç istihdam düzeyi gelişebilir, bununla birlikte, bunların hiç biri aslında geleneksel anlamda gazeteci olmayacaktır.

Bu süreçte Nick Cohen, çalışanların durumunu ve basın patronlarının rolünü de şöyle yorumlamaktadır:

“Basın özgürlüğü, bu centilmenlerin istediklerini yapma özgürlüğü demektir. Onlar ve onların televizyondaki karşılıkları, gazeteciliği, muhabirleri uzman bilgiyi geliştirmeye teşvik eden bir işten, en üstte fazla para alan birkaç müdürün, köşe yazarının ve haber yayıncısının altında gündelikçe çalışan, baskı altında ve genellikle cahil serflerin bulunduğu feodal bir sisteme dönüştürmektedir” (aktaran Keeble, 2004: 114).

İstihdam ve baskıcı çalışma koşulları, gazetecilik mesleğindeki bu iş örgütlenmesinde önemli bir sorun olarak belirir. Serbest zamanlı (freelance) etkinlik, gazeteciliğin en hızlı büyüyen sektörüdür. Bu gazetecilerin çoğu “uzaktan çalışma” (teleworking) çağının öncüleridir (White, 1999:

170). Medya şirketleri genellikle serbest çalışan gazetecilerle iş sözleşmesi yapmayı daha ucuz bulurlar. Bu gazetecilerin çok az sosyal hakları vardır. Ayrıca, uzaktan çalışma, ofis alanı, sigorta ve diğer yapısal genel giderlerin maliyetlerini azaltır. Bu maliyetlerin çoğu apartmanlarında ya da evlerinde bir mekan ayırarak çalışanlara yüklenir. (White, 1999: 171). Sendikalaşma böyle bir çevrede çok zorken işverenin bakış açısından ise başka bir avantaja dönüşür.

Bu süreçte, gazetecilik eğitiminin, sektörün nitelikli ve ucuz işçi gereksinimini karşılamaya yönelik olarak biçimlendirilmesi istenmektedir. 2010 Kontenjan Kılavuzuna göre, gazetecilik eğitimi için ayrılan kontenjan 2106 kişiliktir. Sektörde her yıl bu sayıda gazeteciye istihdam olanağı bulunmadığı açıktır. Haber üretim işinin parçalanmış yapısı düşünüldüğünde, sektörün, gazetecilik bölümlerinden belli araç-gereci, belli yazılım programlarını kullanabilen ve düşük ücretlerle, çoğu zaman iş güvencesi bulunmayan ara eleman gereksinimi karşılamasını beklediği düşünülebilir. Gazetecilik eğitiminin büyük medya kuruluşlarının gereksinimindeki önceliklere göre biçimlenmesi de, “üniversite eğitiminin—ağır işler yapan işçi sınıfından gelenler için hala zor olsa da—artık küçük bir azınlığın ayrıcalığı olmaktan çıktığı” (Callinicos, 2006) günümüz toplumlarında, büyük işletmelerin kârlarını korumaları için akademik araştırma ve nitelikli işçi sağlamak üzere üniversitelerin yeniden biçimlendirildiği bir süreçle uyum içindedir.

6. Gazetecilikte Mesleksizleştirme Eğilimleri ve Gazetecilik Eğitimi

Tarihsel süreç içinde gazetecilik eğitiminin mesleğin profesyonelleşmesine yaptığı katkı küçüm-senemez. Ancak, bu profesyonelleşme çabalarına tepkiler de yine mesleğin içinden gelmiştir. Örneğin, The Independent’in eski editörü Ian Hargreaves’in iddiası, gazeteciliğin belli yeterlilikler gerektirmediği, çünkü bir demokraside herkesin birer gazeteci olduğudur (Zelizer, 2004: 7).

Sosyologların meslekleri tanımladıkları özellikler –belli yetenek düzeyleri, özerklik, hizmet yönelimi, yetkilendirme işlemleri, yeterliliğin sınanması, örgütlenme, davranış kodları, staj ve eğitim programları- gazetecilik mesleğine tam olarak uymaz. Avukatlık ve hekimlik gibi geleneksel mesleklerdeki bireysel uygulayıcı ile bireysel müşteri arasındaki birebir ilişki gazetecilik mesleğinde yoktur. Yine, mesleğe giriş koşulları esnek ve özellikle gazetecilik eğitiminin kurumsallaşmasına karşın mesleğe giriş belli bir eğitim sürecinden geçmeyi zorunlu kılmaz. Bunun nedeni, Liberal anlayış çerçevesinde düzenlenen iletişim sistemlerinin özelliğinden kaynaklanmaktadır. Liberal yaklaşımın en temel ilkelerinden olan özel girişimciliğin benimsenmesinin içermelerinden biri de gazeteciliği meslek olarak seçmek için hekimlik ya da avukatlık gibi mesleklerde olduğu gibi belirli bir diplomaya sahip olmak ve bir meslek odasına kayıtlı bulunmak gibi koşulların bulunmamasıdır (Kaya, 2009: 80).

Diğer yandan, Liberal kurama göre, herkesin gazete yayınlama özgürlüğü olmasına karşın, haber ve fikirleri yaymak için bir gazete çıkarmak, gerekli sermayenin giderek büyümesi nedeniyle herkesin kullanamayacağı bir özgürlük durumuna gelmiştir. Ancak, günümüzde bilgisayar ve ağ teknolojilerinin gelişmesi haberleri ve fikirleri yaymak için basılı gazete dışında başka araçlar ve olanaklar sunmaktadır. Bütün bu gelişmelerin yansımalarından biri, gazeteciliğin bir meslek olmaktan çıkıp bir uğraş haline gelme eğilimidir. Bilgi edinme hakkının sağlanmasıyla internet erişimi olan her yurttaşın kendi haberine ulaşması ve bunu ağ teknolojilerinin olanaklarıyla yaymasının olanaklı hale geldiği savunulmuştur.

Bu süreçte, OhmyNews gibi yurttaş gazeteciliği siteleri, teknolojik gelişmelerin kullanıma soktuğu web tabanlı birçok değişikliği kullanarak çok sayıda okuyucu kazandı. ABD’de Weblog’lar ya da “blog”lar, dikkat çekmeye başladı. “Blogger.com” gibi sitelerden ücretsiz ulaşılabilen online kendi-yayınçılık araçlarının kullanımı ile küresel erişime sahip olunabiliyordu. Bu durum, pek çok kişinin yeni ağ teknolojilerini habercilik açısından yeni açılımlar sunan bir fırsat olarak değerlendirmesine yol açtı. Bilgisayar sahibi olan herkes, internet aracılığıyla artık dünyaya seslenme, kendi başına muhabirlik yapma, yorumlarını yazıp duyurma, fotoğraflarını ve videolarını yayma olanağına sahip oldu. Bu durum, yeni teknolojileri elde etme ve kullanma becerisine sahip her yurttaş potansi-

yel muhabir haline getirdi ve blogcular, tweetercılar, sosyal paylaşım sitelerini kullananlar, yurttaş gazetecileri diye anılmaya başladı.

Yurttaş gazeteciliğinin “demokrasi mi kaos mu?” olduğu ya da bilgisayar ve ağ teknolojilerinin özgürlükleri mi yoksa izlemeleri ve denetimleri mi artırdığı tartışmaları bu yazının konusu dışındadır. Ancak, yurttaş gazeteciliğinin gazeteciliğin profesyonelliği açısından içerimleri, gazetecilik eğitimi yakından ilgilendirmektedir. Örneğin, OhmyNews sitesinin kullandığı slogan üzerinde durulmaya değerdir. OhmyNews sitesi bilgisayarlı ağ teknolojilerinden yararlanarak, “OhmyNews her yurttaşı bir muhabir yapıyor” sloganıyla ortaya çıkmıştır. Siteye, her gün ev kadınları, öğrenciler, profesörler ve diğer yurttaş gazetecilerinden yüzlerce haber gönderilmektedir. Her yurttaşın muhabir olduğu bu tür bir ortamda profesyonel muhabirlere gerek olmayacaktır. Bu durum, gazeteciliğin profesyonel bir meslek olmaktan uzaklaşarak, bir uğraş durumuna gelmesi eğilimini barındırmaktadır.

Dev haber kuruluşları içeriğin üretilmesinde yurttaşlardan yararlanmakta, sosyal paylaşım siteleri ve webloglarda yayınlanan haberler, büyük medya kuruluşları için haberin maliyetini düşürecek bir kaynak oluşturmaktadır. Dev haber kuruluşları, bu içeriğin biçimlendirilmesi ve sunulmasında ara eleman gereksinimlerini profesyonellerden sağlamaktadır. İletişim fakültesi mezunlarından beklenen de belli teknik donanımları ve yazılım programlarını kullanma becerisine sahip teknik eleman gereksinimini karşılamaktır. Bazı iletişim fakültelerinin öğrenci çekmek için kullandığı teknolojik olanakları ön plana çıkaran söylem de bu beklentiyle uyum içindedir.

Sonuç

Gazetecilik eğitimi, dünyada yüz yılı aşkın bir süredir var olmasına karşın, eğitimin amacına ve içeriğine yönelik tartışmalar hala sürmektedir. Bunda gazeteciliğin toplumsal değişimlere duyarlı, dinamik bir alan olmasının etkisi vardır. Türkiye’de 1930’lu yıllarda gerekliliği hissedilen ve ifade edilen gazetecilik eğitimi, 1950 yılından itibaren verilmeye başlanmıştır. 60 yılı aşkın bir süre sonunda gelinen noktada, gazetecilik eğitimi, giderek genişleyen iletişim eğitiminin sadece bir parçası haline gelmiştir. 2010 Kontenjan Kılavuzunda yapılan inceleme, gazetecilik bölümünün iletişim fakültelerinin diğer bölümlerine göre daha az tercih edildiğini göstermektedir. Yine bazı devlet ve vakıf üniversitelerinin iletişim fakültelerinde artık gazetecilik bölümlerine yer verilmemektedir. İletişim eğitiminde ağırlık gazetecilikten halkla ilişkiler, reklamcılık, iletişim tasarımı, yeni medya gibi başka alanlara kaymaktadır. Özellikle vakıf üniversiteleri daha popüler olan yeni programları tercih etmektedir.

Gazetecilik eğitimi konusunda, ÖSYM 2010 Kontenjan Kılavuzunda yapılan incelemede ortaya çıkan eğilimin, gazetecilik mesleğinin günümüzdeki durumuyla ilintili olduğu söylenebilir. Gazetecilik bir yandan büyük medya kuruluşları içinde biçim değiştirmekte, iş örgütlenmesi parçalanmaktadır. Haber, büyük medya kuruluşlarının işleyiş örgütlenmesinde giderek kolektif bir ürün hale gelmektedir. Enformasyonun toplanması, biçimlendirilmesi ve sunulması aşamaları, yeni beceriler gerektirmektedir. Bu aşamada ya çoklu becerilere sahip editörlük yeteneği istenmekte, ya da belli aşamalarda sürece katkıda bulunacak mesleki becerilerde uzmanlık gerekmektedir.

Haber kuruluşlarında, enformasyonun toplanması aşamasının yurttaşlara bırakılması yönünde bir eğilim vardır. Çeşitli alanlarda uzmanlaşmış çok sayıda geleneksel muhabir yerine, yurttaşlardan gelen enformasyonu biçimlendirip sunmada kullanılacak becerilere sahip editörlere gereksinim artmaktadır.

Diğer yandan da sürekli gelişen teknolojiler haber ve yorum yaymak isteyen yurttaşlara (kişilere) geleneksel basından farklı olarak yeni olanaklar sunmaktadır. Bu da gazetecilik mesleğinin profesyonelliğinin sorgulanmasına yol açmaktadır. Gazeteciliğin bir meslek olmaktan çıkıp bir uğraş olması yönündeki kaygıların henüz Türkiye’deki iletişim fakültelerinde tartışma konusu yapıldığı söylenemez. Ancak, mevcut eğilimlerin değerlendirilmesi ve eğitim planlarının yeniden düzenlenmesi yönündeki baskıların giderek artacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Abadan-Unat, Nermin (1972). Batı Avrupa ve Türkiye'de Basın Yayın Öğretimi. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Alemdar, Korkmaz (1981). "Cumhuriyet Döneminde Gazetecilik Eğitimi Konusunda İlk Girişimler". İletişim. AİTİA Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayın Organı, 1981.
- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (1998). "İletişim". Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Bilim: Sosyal Bilimler II. Ankara: TÜBA:1-10.
- Altun, Abdülrezzak (1995). Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler. Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları.
- Belsey, Andrew (1998). "Journalism and Ethics: Can They Co-exist?". Media Ethics. Matthew Kieran (Ed.). London: Routledge:1-14.
- Callinicos, Alex (2006). Neo-Liberal Bir Dünyada Üniversiteler. Londra: Bookmarks Publications.
- French, Nora (2006). "Competing Discourses of Journalism Education." IAMCR Conference, Cairo. July 2006.
- Iggers, Jeremy (1998). Good NewsBad News: Journalism Ethics and the Public Interest. USA: Westview Press.
- İnuğur, Nuri (1988). Türk Basınında İz Bırakanlar. İstanbul: Der.
- İskit, Server. R. (1939). Türkiye'de Matbuat Rejimleri. İstanbul: Matbuat Umum Müdürlüğü.
- Kaya, Raşit (2009). İktidar Yumağı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Keeble, Richard (2004). Ethics for Journalist. Routledge.
- Mutlu, Erol (1992). "Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'deki Basın Yayın Eğitimi". A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık, 1991-1992.:119-142.
- Raudsepp, Enn (1989). "Reinventing Journalism Education". Canadian Journal of Communication. Vol. 14, No. 2.
- Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirmesi". Kültür ve İletişim. 6, Kış(1):9-32.
- Tokgöz, Oya (1975). "Türkiye'de Mesleki Eğitim Yapan Okullarda Mesleki Eğitim ve Stajın Önemi." 2. Türk Basın Kurultayına Sunulacak Tebliğler, Basın Yayın Genel Müdürlüğü. Ankara: Ayyıldız Matbaası:114-124.
- White, Aidan (1999). "The Information Society." Media and Democracy, Germany: Council of Europe Publishing:159-173.
- Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu (2010). Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi.
- Zelizer, Barbie (2004). Taking Journalism Seriously. USA: Sage.

Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bir Eleştiri

Seçil Deren Van het Hof¹
M. Umut Tuncer²

Özet

Bu makalede halkla ilişkiler eğitiminin dört temel boyutu olduğunu ve ders programlarının buna göre oluşturulması gerektiğini ortaya koymaya çalışacağız. Bu boyutlar iletişim, yönetim bilimleri, toplum bilimleri ve sanat/yaratıcılık alanlarındaki eğitimi içermektedir. Halkla ilişkiler eğitimi ele alan pek çok kaynak bu dört boyuttan sadece üçünü ele alır ve sanat/yaratıcılık halkla ilişkiler eğitimi literatüründe ve eğitim programlarında nadiren yer bulur. Oysa tanıma ve tanıma faaliyetinin gerektirdiği teknik bir iş olan halkla ilişkilerden, kurum ile paydaşları arasında karşılıklı anlayış, kabul ve işbirliği geliştirmeyi ve sürdürmeyi amaçlayan denge sağlayıcı bir yönetim fonksiyonuna evrilen bir meslek yalnızca teknik bilgi aktarımına dayanan bir eğitimle sınırlı kalmamalıdır. Sonuç olarak yaratıcılığın, modern anlamda tanımlanan halkla ilişkiler mesleğinin gereklerinin yerine getirilebilmesinde en önemli unsur olduğunu ve lisans müfredatlarında hem eğitim yöntemleri hem de ders olarak yer alması gerektiğini öneriyoruz. Bu önerimizi sunarken öncelikle halkla ilişkiler eğitiminin ABD ve Avrupa'da, ardından da Türkiye'deki görünümün eleştirel bir biçimde ele alıyoruz.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Eğitimi, Halkla İlişkiler Ders Kataloğu

A Critique On Public Relations Education

Abstract

This article attempts to put forth the depiction four basic dimensions peculiar to public relations education and that the curricula should be designed accordingly. These dimensions should comprise of education in communication, administrative sciences, social sciences and art/creativity. Literature on public relations education predominantly evaluate on the first three of these dimensions leaving out art/creativity. Yet a profession that evolved into an administrative function which aims at providing equilibrium between the organization and its stakeholders by building and sustaining mutual understanding and cooperation cannot be limited to a technical education required by the earlier understanding of public relations. Accordingly, we suggest that creativity must take the place it deserves in the curricula not only in the form of relevant courses but also as pedagogical perspective. Building up our argument, we move from the existing research on and profile of the public relations education in U.S.A, Europe and Turkey.

Key words: Public Relations, Public Relations Education, Public Relations Curriculum

¹ Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

² Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

Meslek sosyolojisi alanındaki çalışmalar bir uğraşın meslek olarak tanımlanmasında toplumsal fayda, iş üzerinde uzmanlaşma, meslek etik değerleri, meslek derneklerinin oluşması ve eğitim unsurlarının altını çizmişlerdir (Gordon, 1950; Caplow, 1954; Milerson, 1964; Willensky, 1964; Nelson, 1994). Meslek eğitimi, diğer meslekleşme unsurları arasında harç görevi görür: iş üzerinde uzmanlaşma ve yargı yeteneği kazandırırken aynı zamanda mesleğe özel etik değerlerin içselleştirilmesini sağlar (Giddens, 2005: 487-488). İçselleştirilen etik değerler ise mesleğin sağladığı toplumsal faydanın temelini oluşturur. Dolayısıyla her meslekte olduğu gibi halkla ilişkiler için de meslek eğitimi, uzmanlaşmayı sağlayan, teknik bilgiyi öğreten, entelektüel birikimi sağlayan, uygulama becerileri geliştiren, ve etik değerlerin içselleştirilmesini sağlayan bir hazırlık sürecidir. Eğitimin içeriğinin belirlenmesinde ise temel referans, kazandırılmaya çalışılan meslek yeterliliklerinin tanımlanmasıdır. Diğer bir ifade ile mesleğin kapsamının ve sınırlarının nasıl tanımlandığı, yeterliliklerinin neler olduğunu ortaya koymak, eğitim içeriğini belirleyecektir.

US Department of Labor'ın (Birleşik Devletler İstihdam Departmanı) düzenli olarak yenilediği Occupational Outlook Handbook (Mesleki Öngörüler Rehberi) 2010-11 baskısında iletişim uzmanı ya da medya uzmanı olarak da adlandırılabilen halkla ilişkiler meslek uygulayıcısından beklenen meslek yeterliliklerine baktığımızda şirket, sivil toplum kuruluşu, üniversiteler, hastaneler ve diğer örgütlerin toplumla olumlu ilişkiler kurmaları ve sürdürmelerine hizmet edecek avukatlar tanımıyla karşılaşırız. Yöneticilerin örgüt itibarı, karlılığı ve sürekliliğinin sağlanmasında iyi halkla ilişkiler uygulamalarının yarattığı artı değeri her geçen gün daha fazla fark ettiklerinin belirtildiği Occupational Outlook Handbook'da halkla ilişkiler uygulayıcılarının medyayla, bölge halkıyla, müşterilerle, endüstriyle ve hükümetle ilişkileri yönetmesi, siyasal kampanyaları hazırlaması, çıkar grubunu temsil edecek çalışmaları tasarlaması, çatışmalarda arabuluculuk yapması ve çalışanlar ve yatırımcılarla ilişkileri düzenlemesi öngörülmektedir. Kısacası halkla ilişkiler uygulayıcısından "örgütün hikayesini anlatmaktan" çok daha fazlası beklenmektedir. Uygulayıcı toplumun, tüketicilerin, çalışanların ve çıkar gruplarının tutumları ve kaygılarını anlayabilmeli ve bu bilgiyi örgütün olumlu ilişkiler kurması yolunda geliştirilecek iletişim politikalarına yansıtılabilmelidir. Bu çerçevede bir halkla ilişkiler uygulayıcısının günümüzde karşılaşacağı başlıca konular arasında sağlık, enerji, çevre, istihdam ve yoksulluk gibi küresel boyutlu konular olacağından örgütün bu sorunlar karşısındaki pozisyonunu ikna edici bir dille ve yeni iletişim teknolojilerinden faydalanarak aktarabilme yeterliliği iş tanımının temel ögesi olarak karşımıza çıkar. Occupational Outlook Handbook'a göre örgüt içinde yerine getirilen işlevin önemi pek çok büyük şirkette halkla ilişkiler uzmanının başkan yardımcısı olarak konumlandırılmasını gerektirmiştir (<http://www.bls.gov/oco/ocos086.htm>, 19.05.2011). Diğer taraftan Türkiye İş Kurumu'nun hazırladığı meslekler tanımı sözlüğüne göre ise halkla ilişkiler uygulayıcısı "çalıştığı kurumun tanınmasını, çalışmalarına karşı insanlarda olumlu izlenimler uyandırmasını, çevresiyle iyi ilişkiler kurmasını ve saygınlığını artırmasını sağlamak amacıyla gerekli çalışmaları yapan kişidir" tanımı görülmektedir (<http://www.msxlab.org/forum/ext.php?ref=http%3A%2F%2Fwww.iskur.gov.tr%2FMeslek%2Fmeslek.aspx>, 02.06.2011). Halkla ilişkiler meslek yeterliliklerine ilişkin bu tanımlamalar, halkla ilişkiler eğitiminin içeriğini yönlendirmektedir.

1. ABD'de ve Avrupa'da Halkla İlişkiler Eğitimi

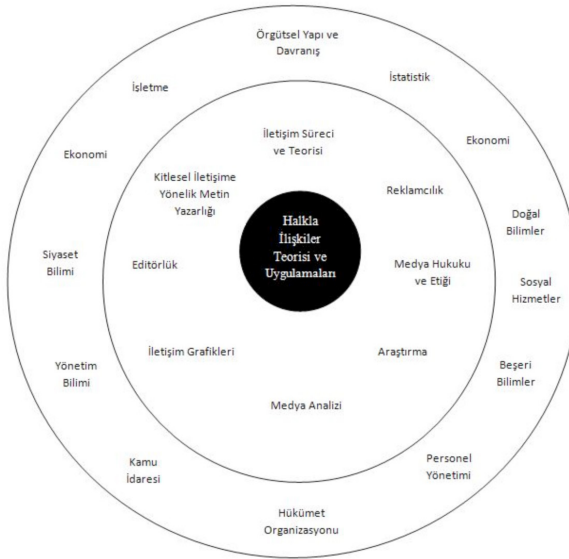
Günümüzde halkla ilişkiler eğitiminin en gelişmiş olduğu ülke ABD'dir. ABD'de halkla ilişkiler konusunda üniversite düzeyinde verilen eğitim 1920'lere dayanmaktadır. İlk halkla ilişkiler dersi seçmeli bir ders olarak New York Üniversitesi'nde Edward Bernays tarafından verilmiştir (Theaker, 2005: 101). Avrupa'da ise halkla ilişkiler eğitimi, 1950'li yıllarda başlamıştır (L'Etang ve Pieczka, 1996: 27). Hem Avrupa'da hem de ABD'de halkla ilişkiler eğitiminin içeriği çeşitli kurumların, derneklerin çalışmalarıyla ve oluşturulan komisyonlarla şekillenmiştir. Public Relations Society of America (PRSA) ve International Association of Business Communicators (IABC) gibi meslek dernekleri ve International Communication Association (ICA), Association for Education in Journa-

lism and Mass Communication (AEJMC), National Communication Association (NCA) gibi akademisyenlerin oluşturduğu dernekler de yenilenen ve değişen ihtiyaçlara cevap verebilecek nitelikte halkla ilişkiler eğitim programları geliştirmek için çeşitli çalışmalarda bulunmaktadırlar (Stacks vd., 1999: 1). Bu doğrultuda International Public Relations Association (IPRA) halkla ilişkiler eğitimi üzerine bir rapor hazırlayarak halkla ilişkiler eğitimini üç düzeyde incelemiştir (bkz. şekil 1). Birinci düzeyde halkla ilişkiler ile ilgili kuramsal eğitim, ikinci düzeyde iletişim bilimleri ile ilgili eğitim, üçüncü düzeyde ise disiplinlerarası eğitim bulunmaktadır (Gold Paper, 1990: 1).

IPRA tarafından hazırlanan Gold Paper (1990)'da, halkla ilişkiler eğitiminin özellikle beş açıdan geliştirilebileceği vurgulanmıştır:

- Halkla ilişkiler eğitimi için geliştirilen modeller; teori, pratik, araştırma ve kültür alanlarıyla ilgili olmalıdır.
- Eğitim modelleri etik çerçeveye uygun olmalıdır.
- Eğitim süreci içinde güncel teknolojiyle bütünleşme sağlanmalıdır.
- Eğitim modelleri görsel okuryazarlığı vurgulamalıdır.
- Eğitim modelleri halkla ilişkiler disiplinine çok kültürlü ve uluslararası bir anlayış getirmelidir (Toth, 1999: 48).

Russell (1999: 101)'e göre halkla ilişkiler uygulayıcısı aldığı eğitim sonucunda, evrensel bakış açısı geliştirebilme, halkla ilişkilerin baskın koalisyondaki yerini konumlama, iletişim ve halkla ilişkiler kuramlarını anlama, araştırma becerilerini geliştirme, bireylerarası iletişim becerilerini geliştirme, sosyal sorumluluk anlayışına hakim olma, proje ve kampanya yönetimi, iletişim teknolojilerine hakimiyet, mesleğe katkı sağlama, örgütün stratejik iletişimini yönetebilme, farklılıklara cevap verebilme yeterliliklerini kazanır. Grunig ve Hunt (1984)'da eğitimin önemini vurgulayarak eğitim sonunda halkla ilişkiler uygulayıcısının kazanacağı uzmanlıkları Russell (1999)'e benzer bir kurguyla aktarır. Yazarların vurguladığı uzmanlıklar temel olarak yönetim ve toplum bilimlerine dayanmaktadır. Dolayısıyla bu şekilde tanımlanmış uzmanlık ihtiyaçlarına hem COMPRED hem de IPRA'nın eğitim programı önerileri cevap verebilmektedir.



Şekil 1: IPRA'nın raporuna göre halkla ilişkiler eğitiminin üç düzeyi (Gold Paper, 1990: 2).

Halkla ilişkiler eğitiminin içeriği üstüne düzenli çalışmalar yapan kurumlardan en önemlisi olan ve halkla ilişkiler ve iletişim alanında on iki meslek kuruluşunun ortaklığına dayanan Commission on Public Relations Education [Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu], ABD’de üniversite ve yüksekokullarda verilen halkla ilişkiler eğitiminin dağıtık yapısını kurumsallaştırmak amacıyla 1970’li yılların başında kurulmuştur. Komisyonun görevi “halkla ilişkiler eğitimi için lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde müfredat önerisi sunmak” olarak tanımlanmıştır (www.commpred.org). Bu görev doğrultusunda komisyonun 1980 yılında yayınladığı ilk raporda halkla ilişkiler eğitimi: kitlesel iletişim, halkla ilişkiler teorileri, medyayla ilişkiler yöntemleri, araştırma teknikleri, vaka çalışmaları ve halkla ilişkiler yönetimini içermelidir (Cutlip, vd., 1985). 1980 yılında hazırlanan ders katalogunun yönetim bilimleri ağırlıklı olmak üzere, yönetim ve toplum bilimleri üzerine kurgulandığı görülmektedir.

1980’den günümüze halkla ilişkiler, hem uygulama hem de teorik olarak değişimler geçirirken aynı zamanda öğrenci ve uygulayıcı sayısında ciddi artışlar meydana gelmiştir. Diğer taraftan iletişim teknolojilerinde hızlı değişimler yaşanmış ve özellikle liberal politikaların bir sonucu olarak ihtiyaç duyulan iletişim stratejilerini geliştirecek olan uygulayıcıların yeterlilikleri giderek daha fazla önem kazanmıştır (Ehling, 2005: 468). Bu doğrultuda Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu 2006 yılında bir rapor daha yayımlayarak güncellenen beklentilere cevap verebilecek, uygulayıcının yeterliliğini sağlayacak yeni bir eğitim programı oluşturmuştur. Buna göre halkla ilişkiler eğitimi sonunda uygulayıcı, mesleki etik değerlerini içselleştirecek, halkla ilişkilerin disiplinlerarası niteliklerine hakim olacak, yeni iletişim teknolojilerini kullanabilecek, araştırma ve ölçümleme çalışmaları yapabilecek, verileri ve farklılıkları analiz edebilecek, sorunların çözümüne yönelik iletişim stratejileri geliştirebilecektir (The Professional Bond, 2006: 6). 2006 yılındaki rapor güncellenen eğitim programı ile uygulayıcının kazanacağı uzmanlıkları ise şu şekilde sıralamıştır (The Professional Bond, 2006: 7): eleştirel düşünebilme, etik değerlere sahip olma, problem çözebilme, paydaşlar ile simetrik iletişim kurabilme, girişimcilik, farklılıkları anlayabilme, iletişim teknolojilerine hakim olma, üstün yazma ve üretim, kültürel değerler gibi küresel etkileri anlayabilme (inançlar, yasalar, politikalar, farklı gruplar ve kuruluşlar), yönetim, araştırma ve mesleki deneyim kazanma.

2006 yılında güncellenen eğitim içeriği ile 1980 yılındaki eğitim içeriği karşılaştırıldığında, 1980 yılındaki eğitim programı daha çok teknik işlevler üzerinde uzmanlaştırmayı amaçlamaktayken 2006 yılındaki eğitim programının etik değerler ile uygulayıcının analiz edebilme ve çözüm önerileri geliştirme becerilerine odaklandığı görülmektedir. 2006 yılındaki rapor gerek eğitim programı gerekse kazanılması planlanan uzmanlıklar açısından değerlendirildiğinde -iyileştirmelere rağmen- halkla ilişkiler eğitiminin hala toplum ve yönetim bilimleri üzerinden tanımlandığı görülmektedir. The Commission on Public Relations Education ve PRSA için Toth ve Aldory beş kıta ve 20 ülkede halkla ilişkiler eğitimini araştırmışlardır. Araştırmanın 2010 yılı başlarında yayınlanan A First Look başlıklı raporunda dikkat çekici tespitlerden biri halkla ilişkiler eğitiminin önündeki engelin işletme bölümlerinin altında yapılandırılması ve sadece şirketlere sorumlu bir alan olarak konumlandırılması olduğudur. Bu rapora göre halkla ilişkilerin bütünüyle ilişki kurma ve sürdürme paradigması üstünden değerlendirilmektedir, ancak mevcut ders programlarının büyüme ölçüde 2006 raporunda da vurgulan 5 ders standardına uyduğu anlaşılmaktadır. Toth ve Aldory ideal bir halkla ilişkiler ders programını konu başlıkları üstünden kurgulamışlardır. Bu alanlar şunlardır: işletme-psikoloji-sosyoloji-siyaset kombinasyonu; toplum bilimleri dersleri, halkla ilişkiler kuramı, sosyal bilimler için yöntem, temel ve ileri düzey halkla ilişkiler dersleri (protokol ve görgü kuralları, halkla ilişkiler uygulamaları, vd.) yabancı dil dersleri; eleştirel araştırma ve uygulamalı bilimler; yazma, araştırma ve medya becerilerinin toplum, yönetim ve ekonomi bağlamı göz ardı edilmeksizin geliştirilmesi, uluslar arası halkla ilişkiler, etik.

2. Türkiye’de Halkla İlişkiler Eğitimi

Türkiye’de halkla ilişkiler eğitimi tarihi oldukça yenidir. İlk halkla ilişkiler dersi 1965 yılında Ankara Üniversitesi’nde Basın Yayın Yüksekokulu’nun kurulması ile verilmiştir. Halkla ilişkiler eğitimi veren 32 halkla ilişkiler bölümünün büyük bir çoğunluğu, 1992 yılında çıkan bir kanun ile Basın Yayın

Yüksekokulları'nın İletişim Fakültesi'ne dönüştürülmesinden sonra açılmıştır (Tuncer, 2009). O tarihe kadar halkla ilişkiler eğitimi, Basın Yayın Yüksekokulları bünyesinde gelişmiştir. Günümüzde halkla ilişkiler lisans ve yüksek lisans programları, iki istisna dışında, iletişim fakülteleri altında örgütlenmiştir ve eğitimleri iletişim bilimleri ağırlıklıdır. Buna rağmen alanın duayenlerinden Metin Kazancı (2007), Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin Basın Yayın Yüksekokullarında gelişmesini halkla ilişkiler eğitimi için bir engel olarak değerlendirmekte; halkla ilişkiler eğitiminin Basın Yayın Yüksekokullarında sıkıştığını, başka alanlara sıçrayamadığını akademik ilerleme kaydedemediğini belirtmektedir. Kazancı'nın eleştirisi bu noktada bizim önerimizden farklılaşmakta, aslında aşağıdaki alıntıdan da anlaşılacağı üzere iletişim eğitiminde toplum bilimleri ve yönetim bilimlerinin daha fazla yer alması gerektiğini savunmaktadır.

Türkiye'de dördü KKTC'de olmak üzere toplam 32 üniversitede halkla ilişkiler bölümü bulunmaktadır. Halic ve Atılım Üniversitelerinde ki halkla ilişkiler bölümleri işletme fakültelerinin altında örgütlenmiştir. Bu bölümlerin halkla ilişkiler, halkla ilişkiler ve reklamcılık, halkla ilişkiler ve tanıtım olarak adlandırıldıkları görüyoruz. Bu bölümlerin 28'inin ders kataloglarını incelediğimizde aşağıdaki tablo ortaya çıkıyor:

	İletişim	Toplum bilimleri	Yönetim bilimleri	Sanat-yaratıcılık
Akdeniz Üniversitesi	68	39	6	2
Anadolu Üniversitesi	45	14	9	7
Ankara Üniversitesi	76	34	15	-
Atatürk Üniversitesi (1 ve 2. sınıf var)	8	12	2	-
Atılım Üniversitesi	15	16	6	-
Bahçeşehir Üniversitesi	30	11	2	2
Başkent Üniversitesi	23	36	8	-
Doğu Akdeniz Üniversitesi	14	11	4	-
Ege Üniversitesi	67	27	8	4
Erciyes Üniversitesi	44	20	8	2
Fırat Üniversitesi	28	26	7	-
Gazi Üniversitesi	38	37	11	-
Girne Amerikan Üniversitesi	15	14	8	-
Halic Üniversitesi	20	25	8	-
İstanbul Arel Üniversitesi	50	18	4	3
İstanbul Üniversitesi	43	15	6	2
İstanbul Aydın Üniversitesi	29	22	6	-
İzmir Ekonomi Üniversitesi	24	24	7	-
Kadir Has Üniversitesi	45	15	2	3

Karadeniz Teknik Üniversitesi	13	10	-	-
Kocaeli Üniversitesi	48	24	2	2
Lefke Avrupa Üniversitesi	24	12	1	-
Maltepe Üniversitesi	29	7	6	-
Marmara Üniversitesi	44	34	7	3
Selçuk Üniversitesi	59	34	3	1
Yakın Doğu Üniversitesi	18	12	3	-
Yeditepe Üniversitesi	40	21	7	3
TOPLAM	957	603	156	34

*Gümüşhane, İstanbul Bilgi, İstanbul Ticaret ve Yaşar Üniversitelerinin halkla ilişkiler bölümleri ders programlarına ulaşamamıştır.

*Seçimlik derslerin her biri toplam sayıya eklenmiştir.

Yukarıdaki sayım gerçekleştirilirken iletişim kategorisinde adında iletişim geçen tüm dersler ve iletişim alanında uygulama içeren (halkla ilişkiler, reklam kampanyaları grafik/görsel tasarım v.b.) tüm dersler dahil edilmiştir. Toplum bilimleri alanına sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, kültürel antropoloji v.b. dersler, yönetim bilimler alanında ise siyaset bilimi, yönetim organizasyon, ekonomi, müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama v.b. dersler dahil edilmiştir. Sanat ve yaratıcılık çerçevesinde baktığımızda bu kapsamdaki derslerin yalnızca 12 üniversitede yer bulduğu ve bu derslerin satranç, sanat tarihi, resim, heykel, müzik, yaratıcılık (reklamda yaratıcılık, mesajda yaratıcı stratejiler, v.b.), mitoloji gibi özellikle de güzel sanatlar alanından beslenen dersler olduğunu görüyoruz. Bu derslerin kataloglardaki oranıysa düşündürücü biçimde % 1,9 ile sınırlıdır.

Dört ana kategori arasında ağırlık iletişim derslerinde (%54,6) yoğunlaşmaktadır. Bu yoğunluk Kazancı (2003)'nin işaret ettiği ve eleştirdiği sorunu doğrulamaktadır. Buna karşılık yönetim bilimleri ve özellikle sanat-yaratıcılık derslerinin azlığı öne çıkmaktadır. Çağdaş anlayışların halkla ilişkiler uygulayıcısını örgüt içerisinde stratejist rolde konumlandığı (Steyn, vd. 2001) dikkate alındığında halkla ilişkiler eğitiminde yönetim bilimlerinin önemli bir boyut olması beklenir. Ancak yukarıdaki tabloya göre yönetim bilimleri kapsamında değerlendirilebilecek derslerin oranı yalnızca % 8,9'dur.

Batıda ve Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin basın yayın yüksek okullarında gazetecilik eğitiminin egemeninde gelişmiş olmasının da sanat ve yaratıcılığın ihmal edilmesinde önemli bir etken olduğunu söylemek mümkündür. Gazetecilik kökenli eğitimcilerin didaktik dünya görüşleri, haberci bakış açıları, halkla ilişkiler eğitiminin gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir. Grunig (2005: 43), halkla ilişkilerin kuramsal gelişiminde ve uygulamalarında dünya görüşlerinin etkisini vurgulamaktadır. Bu açıdan, Carl'ında (1982: 6) belirttiği gibi gazetecilik tabanlı eğitimler, halkla ilişkilerin ihtiyaç duyduğu uzmanlıkları kazandırmaktan uzaktır.

Türkiye'de fakülteler arasında halkla ilişkiler ders katalogları karşılaştırıldığında aynı derslerin farklı isimlerle yer alması, aynı isimli derslerin de içeriklerinin farklı olması gibi bir dağınıklık görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni her bölümün kendi eğitim programlarını bağımsız olarak kendisinin hazırlaması ve herhangi bir ulusal akreditasyon sisteminin olmamasıdır. ABD'de ve Avrupa'da ders programlarının, derneklerin öncülüğünde, uygulayıcılardan ve akademisyenlerden oluşan komisyonlar tarafından oluşturulduğu görülmektedir. Türkiye'de ise böyle bir oluşum bulunmamaktadır. Türkiye'de halkla ilişkiler dernekleri kuruluş tarihlerinin oldukça yeni olması, (en eski halkla ilişkiler derneği olan TUHİD 1972 yılında kurulmuştur), üye sayılarının yetersiz

olması ve derneklerin akademik örgütlerle yeterli seviyede ilişki kuramamış olmaları bu tarz komisyonların oluşturulmasını güçleştiren temel nedendir.

Sonuç olarak Becerikli (2004) ile Vural ve Yurdakul (2004)'ün çalışmalarında da görüldüğü gibi Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminin ABD ve Avrupa'da ki eğitime göre yetersiz olduğu görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ders kredilerinin yüksek, mecburi ders sayısının fazla ve seçilmiş derslerin az sayıda olduğu dikkati çekmektedir. Buna karşılık ABD'de ders kredileri az, mecburi dersler azınlıkta, seçmeli dersler ise çoğunluktadır. Bununla birlikte seçilmiş derslerin öğrencilerin ilgi alanlarına göre çeşitlilik gösterdiği görülmektedir (Vural ve Yurdakul, 2004). Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitimindeki bu olumsuzluğu Kazancı (2003: 134), şu şekilde eleştirmektedir:

"Kanımca halkla ilişkiler eğitimi içinde iletişimin ağırlığı mutlaka geriye çekilmelidir. Çünkü halkla ilişkiler yalnızca iletişim değildir. Bu alan toplumbilim, toplum psikolojisi, hukuk, kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi gibi dallarla çok daha yakından bağlantılıdır. Çok açık olarak görülmektedir ki, halkla ilişkiler yalnız iletişim değildir, yalnız iletişimle ilgili değildir, onun birçok alanla ve disiplinle içiçeliği vardır. Halkla ilişkiler uzmanı hangi ortamda olursa olsun, kendini halkla ilişkiler birimi içine hapsetmemelidir".

Kazancı (2003)'nün da vurguladığı gibi halkla ilişkiler çok yönlü eğitimi içermelidir. İki yönlü simetrik iletişimi uygulayacak, paydaşları ile "diyalog" kuracak uygulayıcının bu işlevine uygun düşecek eğitimi alması gerekmektedir. Kazancı'nın önerilerine ek olarak hem ders kataloguna sanat/yaratıcılık derslerinin eklenmesi hem de pedagojik yaklaşımın da yaratıcılığa imkan tanıyacak şekilde biçimlenmesi halkla ilişkiler eğitiminin ideal içeriğe kavuşması açısından önem taşımaktadır. Sanatçılık ve yaratıcılık doğuştan gelen yeteneklerle açıklanmaya çalışılsa da işlenen ve sonradan kazanılan niteliklerdir.

Halkla ilişkilerin bir boyutu örgütlerin yönetim işlevlerine destek olmak ve dolayısıyla toplum ve yönetim bilimleriye, diğer boyutu da yaratıcı ve ikna edici mesajlar ortaya koymaktır. Bu bakımdan halkla ilişkilerin kökeninde retorik arama gerekir. Retorik kandırmayı/aldatmayı amaçlayan güzel söz söyleme sanatı anlamında pejoratif kullanıma da açık bir kavramdır. Ancak burada retorikle ifade etmeye çalıştığımız antik Yunan dünyasının demokratik şehir devletinde gelişen ve tarafların kendi bakış açılarının kamusal alanda etraflıca savunmalarını ve tartışmalarını ön-gören anlayıştır. Aristotele'nin (1982: 15) tanımıyla retorik bir konuda olası ikna araçlarını keşfetme yeteneğidir. İnsanları ikna etmek günümüzde sosyal bilimler alanında derin bilgi birikimi gerektirmektedir. Bu da halkla ilişkiler eğitiminde sosyal bilimlere duyulan gereksinimi işaret eder. Genel olarak sosyoloji ve davranış bilimleri, özelde ise tutumlar, ikna, propaganda, öğrenme kuramları, grup dinamikleri, kamuoyu araştırmaları, tüketici davranışı, hedef kitle analizi, alımlama/etki çalışmaları halkla ilişkiler ders programlarında yer verilmesi gereken alanlardır. Wright ve Turk (2007: 578) halkla ilişkiler eğitiminde derslerin en az yarısının beşeri bilimler alanından, %25'inin iletişim alanından ve %25'inin de açıkça halkla ilişkiler alanından olduğu belli olan dersler ile oluşturulması gerektiğini Grunig ve arkadaşlarının mükemmellik araştırmasına dayanarak savunmaktadırlar. Diğer taraftan iletişim teknolojileri ne kadar gelişirse gelişsin halkla ilişkiler gazetecilik ve kitle iletişiminin, sosyal bilimlerin ve davranış bilimlerinin, işletmenin ve beşeri bilimlerin bilgiye dayalı becerilerini kullanmaya devam edecektir (Kruckeberg, 1998: 239).

The Commission on Public Relations Education ve PRSA, IPRA, Wright ve Turk (2007), Toth ve Aldoory (2006) gibi kurumların ve yazarların halkla ilişkiler eğitimi programlarına yönelik çalışmalarında yönetim bilimleri, toplum bilimleri ve iletişim bilimleri boyutlarında ders önerileri getirdikleri görülmektedir. Tüm çalışmaların ortak noktası, eğitimin sonunda uygulayıcının eleştirel düşünme-bilme, farklılıkları anlayabilme, entansel bakış açısı ve ikna stratejileri geliştirebilme gibi becerileri kazanabilmesinin vurgulanmış olmasıdır. Ancak bu becerilerin kazanılabilmesi sanat/yaratıcılık boyutunda derslerin de katalogda yer alması ile mümkündür. Oysa IPRA'nın hazırladığı rapora göre halkla ilişkiler eğitiminin üç düzeyi ve eğitim içeriğinin geliştirilebileceği noktalar, tıpkı Toth ve Aldoory (2006)'nin ve Halkla İlişkiler Eğitim Komisyonu'nun çalışmalarında olduğu gibi yönetim ve toplum bilimlerine yönelik ders içeriklerinden oluşmaktadır. Her üç çalışmada da halkla ilişkiler

eğitiminin uygulayıcısının teknik yeterliliği üzerinde odaklandığı görülmektedir. Bu bakış açısının sonucu olarak halkla ilişkiler eğitiminde yönetim ve toplum bilimlerine dayanan ders içeriklerinin yoğunluğuna karşın sanat/yaratıcılık eğitimine yer verilmediği görülmektedir. Occupational Outlook Handbook'un uygulayıcısı medya uzmanı ve ilişki sürdürücü avukatlar olarak konumlandırılması, uygulamaları da karlılığın ve sürekliliğin sağlanmasında önemli bir faktör olarak işaret etmesi halkla ilişkiler mesleğini asimetrik/teknik bir işletme fonksiyonu olarak tanımladığını ifade etmektedir. Çünkü medya uzmanı ve ilişki sürdürücü avukatların işlevi tanıtmaya ve savunma taktiklerinin uygulanmasıdır. Diğer taraftan karlılığın ve sürekliliğin sağlanmasına yönelik uygulamalar sürekli işletme çıkarılı, asimetrik bir dünya görüşünün ürünüdür. Occupational Outlook Handbook'un bakış açısı yukarıda sayılan kurumların ve yazarların ders programları önerisi ile benzerlik taşımaktadır. Toplum ve yönetim bilimleri ağırlıklı ders programları, işletme odaklı, iknaya dayanan, tanıtıcı ve savunucu taktikleri içeren uygulamaların oluşturulması için uygundur ve yeterlidir.

Bunun aksine halkla ilişkiler meslek uygulayıcısı iletişim stratejisti (Steyn, 2001) olarak tanımlandığında beklenen meslek davranışı, işletme merkezli, tanıtıcı ve savunucu taktikler geliştiren uygulamalardan bütünüyle ayrılmaktadır. İletişim stratejisti ortamdan konular ve paydaşlar hakkında stratejik öneme sahip verileri toplar ve bunları örgütün strateji formülasyonu sürecine dahil eder. Örgütsel politikalar bu verilerin değerlendirilmesiyle şekillenir. Halkla ilişkiler uygulayıcısı örgütsel kararlara kurumsal düzeyde katılarak baskın koalisyona danışmanlık görevini yerine getirir. Böylece uygulayıcı örgüt politikalarını etkileyerek, örgütü potansiyel krizlerden korur aynı zamanda fırsatların yaratılmasına olanak sağlar. Sonuç olarak örgütsel çıktılar sadece örgüt çıkarlarına değil aynı zamanda örgüt ortamına fayda sağlar. Örgüt ve ortam beklentileri arasında denge kurulur.

Stratejist roldeki uygulayıcısının en önemli işlevi örgüt ile ortam çıkarları arasında denge kurmasıdır. Bu zor görevi gerçekleştirebilmek retorik, eleştirel düşünce, evrensel bakabilme ve farklılıkları anlayabilme yeterliliklerini gerektirir. Bu doğrultuda uygulayıcı yeterliliğini sanat/yaratıcılık ve iletişim bilimleri ders programları ile kazanabilir. İletişim fakültelerinin işletme fakültelerinden farklılaştığı esas nokta da budur. Toth ve Aldory 2010 yılında yayınladıkları ve halkla ilişkiler lisans programlarını inceledikleri A First Look başlıklı raporda halkla ilişkiler eğitiminin önündeki en büyük engeli halkla ilişkiler eğitiminin işletme bölümlerinin altında konumlanması olarak işaret etmişlerdir. Ne var ki, bu programlar toplum ve yönetim bilimleri ağırlıklı olmak üzere iletişim bilimleri ile desteklenmiş olsalar da en ciddi zaafı sanat ve yaratıcılığı kataloglarına dahil etmedikleri için işletme bölümlerinden farklılaşamamalarıdır.

3. Yaratıcılığın Halkla İlişkiler Programlarına Katılması

Görüldüğü üzere ABD etkisinde gelişen halkla ilişkiler ders programları yönetim bilimleri ve sosyal bilimleri esas almakla birlikte bunların nasıl uygulama becerisine dönüştürüleceği konusunda çok tatminkar bir cevap sağlanamamaktadır. Becerilerin geliştirilmesi konusunda uzlaşıldığı anlaşılan iki çözüm staj ve sektörle işbirliğidir. Öte yandan, mevcut halkla ilişkiler literatürü şirketlerin iletişim uygulamalarına odaklıdır ve dolayısıyla halkla ilişkiler programları da işletme ağırlıklıdır. Diğer örgüt biçimleri olan devlet kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının iletişim çalışmaları çok azdır. Alanda şirketlerin ve şirketlere odaklı halkla ilişkiler anlayışının baskın olması lisan eğitimi düzeyinde teknik bilgi ağırlıklı bir eğitimin öne çıkmasına yol açmıştır. Özel sektörün halkla ilişkiler uygulamalarında stratejik iletişim yönetimine bütünlük pazarlama iletişimini tercih etmesi de eğitimin yönünü belirleyen önemli unsurlardandır. Halkla ilişkilerin akademik alanda da özellikle ilişki yönetimi (Ledingham, 2006; Ledingham ve Bruning, 2000) ve iletişim yönetimi (Wehmeier, 2008) perspektiflerinden gelişmesi yönetim bilimleri yönelimini baskın kılmaktadır.

The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism kitabında Robert B. Reich (1991) geleceğin işgücünün gereksinim duyacağı temel yeterlilikleri tanımlar: bu kişiler değişimle baş edebilen sürekli öğrenmeye açık, insiyatif alabilen, soyut düşünebilen, rutin olmayan görevleri yürütebilen, sorunları fark eden ve çözüm üreten, takım içinde ve insanlarla çalışabilecek toplumsal becerilere sahip ve birden fazla alanda yeterliliği olan kişiler olacaktır diyor. Reich (1991)'a

göre bu nitelikler farklı eğitim tekniklerini ve süreçlerini de gerektirecektir (Russel 1999: 101-102). Halkla ilişkiler eğitimi de toplumu tanıma araçlarına sahip, siyasal ve yönetsel dinamiklerin farkında olan sanatçı ruhlu uygulayıcılar yetiştirmek yolunda aynı kaygılarla hazırlanmak zorundadır. Halkla ilişkilerin herhangi bir örgüt için belli formüller ve rutinler dahilinde gerçekleştirilmesi ise o örgüte iletişim uygulamalarından beklenen artı değeri katmaktan çok uzaktır. Metin Kazancı (2007) teknik eğitimin ağırlık kazanmış olmasını halkla ilişkiler bölümlerinin Türkiye üniversite yapısındaki tarihsel gelişimleriyle açıklar ve "iletişim fakültelerinde radyoculuk, basın yayın teknikleri, daktilo dersleri gibi konuların ninnisi ile ancak emekleyebildi" der. Halkla ilişkiler programlarında asıl sorun mesleki eğitimin teknik yeterlikleri tamamlanırken kavramsal düşünmeye ve yaratıcılığa gereken önemin ve yerin genellikle verilmemesidir. Oysa bir halkla ilişkiler uygulayıcısı "bir fikir fabrikası" (Carl, 1982: 6) olmalıdır. Lisans eğitiminin hedefi bütünlük pazarlama iletişimi (MPR) anlamında pazarlama karmasına destek sağlayacak iletişim etkinliklerini gerçekleştirmekle sınırlı kalacak bir halkla ilişkiler uygulayıcısı yetiştirmek değildir. Lisans eğitiminin hedefi ilişkisel iletişimin stratejist yönetimini üstlenebilecek uygulayıcılar yetiştirmekse, bu uygulayıcıların estetik, edebiyat, grafik, drama gibi alanlarda kendini gösteren yaratıcılık ve eleştirel düşünme eğitimine de gereksinimleri vardır.

Kavramsal ve yaratıcı düşünme ile ortaya konan halkla ilişkilerin ayırt edici yönü eleştirel düşünemeyi, problem çözme ve farklılıkları ayırt edebilmeyi sağlamasıdır. Halkla ilişkilerde yaratıcılığı ele alan nadir kitaplardan birinde iletişimde yaratıcılık ile problem çözme arasındaki ilişkiyi hoş bir anekdotla aktarır. Bir film yıldızı duştaiken otel görevlisi telgraf getirir, yıldız 'kapının altından atabilir misiniz' der, görevlinin cevabı 'atamam, çünkü tepside' olur. Gündelik yaşamda rutinleri içine gömülmüş insanların çok kolay sorunlara takılıp kaldıklarına, işleri hızlandıracak, verimli kılacak, kolaylaştıracak çıkışları göremediklerine sıkça şahit oluruz. Bunun nedeni bu insanların aptal olmaları değil esnek düşünme yetilerini kaybetmiş olmalarıdır. İşte yaratıcılık bu çıkışları ve farklı sorun çözme biçimlerini yaşama geçirmek için gereksindiğimiz gizemdir.

Arthur Koestler'in (1964) ünlü tanımıyla yaratıcılık birbiriyle bağlantısız iki kavramı tesadüfen bir araya getirmektir. Koestler (1964: 639)'e göre yaratıcılık alışkanlıkları kırmak ve parçaları yeni bir sentezde birleştirmektir. Sanat eserlerinin ve buluşların çoğunda bu özelliği görmek mümkündür. Sanat eserleri bireyin yaratıcılığının açtığı pencereden dünyaya farklı bir bakış açısı sunar. Bu yeni bakış açısını sunarken sanatçı istediğini beyan edebilir fakat halkla ilişkiler uygulayıcısını bu noktada bağlayan bir artı değer yaratma mecburiyeti vardır. Bir halkla ilişkiler uygulayıcısı hangi durumda yaratıcılığa başvurması hangi durumda teknik becerisini ortaya dökmesi gerektiğini de ayırt edebilmelidir.

Pek çok eğitmen yaratıcılığın doğal bir yetenek olduğunu kabul etmekle birlikte öğretilbilir, teşvik edilebilir ve canlandırılabilir olduğunu da kabul eder. Kişisel yetenek her ne kadar çok önemliyse de kişinin yaratıcı olabilmesi için alanda derinlemesine bilgi sahibi olması da son derece gereklidir. Yaratıcı fikirler ortaya koymakta hazırlıklı zihinler ayrıcalıklıdır. Bu hazırlık ise hem pek çok farklı alanda birikimi hem de bu birikimleri birleştirebilme konusunda deneyimi içerir. Bu da öğretilebilir bir düşünme tarzıdır. Yaratıcılığın öğretilmesinde hedeflenmesi gereken aşamalar şunlardır: enformasyonun tespiti, enformasyonun bilgiye dönüştürülmesi, kavramsal düşünme yetilerinin devreye girmesi, özgün hedeflerin belirlenmesi ve işin sonuçlarının değerlendirilmesi (Cropley, 1997: 27). Bu sürecin eğitime yansımaları için yapılabilecekler arasında öğrencilerin sorun çözme konusunda deneyim sahibi olmalarını sağlamak en başta gelmektedir. Sorun çözebilmenin temelindeyse gerçekliğin ve verili olanın ötesinde başka olasılıklar olduğunu görebilmek yatar (Runco, 2006: 378).

Başka olasılıkları görebilmeyi eğitimle kazandırmak için öne çıkan iki yöntem vardır: birincisi uygulamalar aracılığıyla öğrenciyi sorun çözdürmek, ikincisiyse öğrenciyi deneyip yanılabilen, ter türlü farklı fikrin saygı göreceği özgür düşünce ortamını sağlamaktır. Her ikisi de öğretici merkezli pedagojik anlayışa karşı gelişmiş çağdaş alternatiflerdir. Öğreten kişi öğrencilerin farklılıklarına saygı duyulan bir kişilerarası iletişim ortamı sağlayabiliyor ve bu ortamda toplumsal

baskılardan uzak bir biçimde düşüncelerin özgürce ifadesi mümkün oluyorsa bu yaratıcılığı ciddi anlamda cesaretlendiren bir eğitim ortamı yaratmaktadır. Ayrıca, öğreticinin öğrenciyi kendi duygularının farkına varması ve kendini tanıması konusunda cesaretlendirmesi de yaratıcılığı güçlendiren unsurlar arasındadır (Cropley, 1997: 81). Pedagojik yöntemdeki değişim sonucunda doğru ya da yanlış olmak konusunda öğrencinin endişesinin daha az olması, sınıf arkadaşlarının alay ya da aşağılamasıyla karşılaşma korkusunun olmaması, kısacası yaratıcılığı engelleyen olumsuz etkenlerin ortadan kaldırılması ve duyguların değerli bulunması ve yeni fikirlere açıklık gibi olumlu etkenlerin de devreye girmesi sağlanmış olur. Yaratıcılığın cesaretlendirilmesinin yanı sıra öğrencilerinde bilgi eksiklerini ya da farklı bilgi alanları arasındaki kopuklukları fark etmeleri ve bu sorunları gidermekte etkin çaba göstermeleri beklenir.

Sonuç

Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitimi özellikle ABD ve Avrupa'daki deneyimle karşılaştırarak değerlendirmeye çalıştığımız bu çalışmada öne üç başlık çıkmaktadır. Öncelikle Türkiye'deki halkla ilişkiler eğitimi daha çok iletişim ağırlıklıdır ve bu açıdan ABD ve Avrupa'da anılan yönetim bilimleri baskınlığından söz etmek mümkün değildir. Aksine yönetim bilimleri alanında sunulan derslerin artırılması gerek olduğu görülmektedir. Halkla ilişkiler lisans eğitiminin hedefi çağdaş anlamda örgütlere stratejist olarak çalışacak uygulayıcılar yetiştirmekse daha fazla yönetim bilimleri dersi olarak yönetici pozisyonunu hazırlanmaları uygun olacaktır.

İkinci olarak Türkiye'de de diğer ülkelerde olduğu gibi akademi ile sektör arasındaki uyumsuzluk ve iletişim eksikliği ders kataloglarına yansımaktadır. ABD'de bu sorun akreditasyon kurumları aracılığı ile büyük ölçüde bir çözüme ulaşırken Türkiye'de ne yazık ki akademi ile sektörün buluşmasına aracılık edecek meslek dernekleri henüz olgunlaşmamıştır.

Üçüncü olarak ise hem Batıda hem de Türkiye'de halkla ilişkiler eğitiminde yaratıcılığı geliştirecek derslerin kataloglarda nadiren yer aldığı görülmektedir. Akademik literatürde de yaratıcılık halkla ilişkiler eğitiminin doğrudan bir parçası olarak tanımlanmamaktadır. Oysa tam da yaratıcılık yönünün eksikliği halkla ilişkiler alanını teknik bir işletme fonksiyonuna indirgemektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcısını teknisyen düzeyinden yukarıya taşıyacak olan yaratıcılığı ve estetik duygusudur. Bu da ancak lisans eğitiminde ders çeşitliliği ve uygun içerikle sağlanabilir.

Halkla ilişkiler lisans eğitiminde anlamlı gelişmeler hedefleniyorsa yukarıda tanımladığımız üç başlığın akademi ve sektör tarafından derneklere dayalı bir platforma tartışılması ve araştırılması gerekir. Bunun sonucunda ortaya çıkacak bilgi ve uzlaşma zemini de akreditasyon ölçütlerinin an hatlarını ortaya koyacaktır.

Kaynakça

- Becerikli, Sema, Y. (2004). "Türkiye'de Lisans Düzeyindeki Halkla İlişkiler Eğitimine İlişkin Bir Değerlendirme", 2nd International Communication in the Millennium, March 17-19, Istanbul, Volume 1: 193-219.
- Caplow, Theodore (1954). *The Sociology of Work*, Minneapolis: University of Minnesota, (www.questia.com, 13.07.2009).
- Carl, L., M. (1982) *Pr and Creativity*, Journalism Educator, volume:37, 1: 8-47.
- Cropley, Arthur, J. (1997). *Fostering Creativity in The Classroom: General Principles*, (Editör: Runco, M.A.), *The Creativity Research Handbook. Volume One*. New Jersey: Hampton Press. Cresskill, s. 83-114.
- Cutlip, S., Center, A., Brom, G. (1985). *Effective Public Relations*, Prentice Hall, Wiaconsin, ABD.
- Kruckeberg, Dean (1998), "The Future of PR Education: Some Recommendations," *Public Relations Review*, 24(2): 235-248.

- Ehling, William, P. (2005) "Halkla İlişkiler Eğitimi ve Profesyonellik" İçinde: Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Grunig, J., Çev: Özsayar, E., Rota Yayıncılık, İstanbul.
- Giddens, Anthony (2005). Sosyoloji, çev., Özel, H., Güzel, C., Ayraç Yayınevi, Ankara.
Gold Paper, Public Relations Education Recommendations and Standards, IPRA, No:7, 1990.
- Gordon, Robert, A. ve Howel, James, E. (1950) Higher Education for Business, Colombia, University Press, New York.
- Grunig, James, E. (2005) Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Çev:Özsayar, E., Rota Yayın, İstanbul.
- Grunig, James, E. ve Hunt, Todd (1984). Managing Public Relations, NY Hold, Newyork.
- Kazancı, Metin (2003). "Halkla İlişkiler Eğitimi Üzerine Bazı Düşünceler ve Yeni Eğitim Programı"
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1: 131-152.
- Kazancı, Metin (2007). Halkla İlişkiler Eğitimi ve İletişim Fakülteleri (www.prbu.com, 03.02.2010).
- Koestler, Arthur (1964). The Act of Creation. London: Hutchinson & Co.
- L'Etang, Jacquie ve Pieczka, Magda (1996). Critical Perspectives in Public Relations, International Thomson Business Pres (www.books.google.com, 19.01.2010).
- Ledingham, John, A. (2006). Relationship management: A general theory of public relations. içinde. Botan, C. H., Hazleton, V., Public Relations Theory II (465-483). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Ledingham, John, A. ve Bruning, Stephen, D. (2000) Public Relations As Relationship Management: A Relational Approach to The Study and Practice of Public Relations, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ (www.books.google.com, 21.02.2010).
- Millerson, Geoffrey (1964). The Qualifying Associations: A Study in Professionalization, Routledge, London.
- Nelson, Richard, A. (1994). The Professional Dilemma, PR Update, ABD
- Reich Robert, B. (1991) The Work of Nations Preparing Ourselves for 21st-Century Capitalism, Vintage Boks, ABD.
- Runco, Mark, A. (2006). Creative potential and divergent thinking. E. Paul Torrance Lecture Series, University of Georgia, Athens.
- Russell, MP. (1999) "Toward the ideal professional degree program", Public Relations Review, 25: 101-111.
- Stacks, Don ve Botan, Carl, ve Turk, Judy, V. (1999). Perceptions of Public Relations Education, Public Relations Review, 25: 9-28.
- Steyn, Benita ve Grobler, Anse ve Green, Mateboho (2001). Strategic management roles of the corporate communication function: Are they being played in government departments in South Africa, 8. Uluslararası Halkla İlişkiler Araştırmaları Sempozyumu, Slovenya.
- The Professional Bond, The Report of The Commission on Public Relations Education, (2006). Edtör: Turk, Judy, V. (www.commpred.org, 30.10.2009).
- Theaker, Alison (2005). The Handbook of Public Relations, Routledge.
- Tuncer, Umut, M. (2009). Türkiye'deki Halkla İlişkiler Bölümü Öğretim Üyelerinin Genel Profili, Uluslararası Halkla İlişkiler Kongresi, Kıbrıs.
- Vural, Beril, A. ve Yutdakul, Nilay, B. (2004). Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyaslamalı Bir Çalışma, Communication in Millenium.

Wehmeier, Stefan (2008). "Communication management, organizational communication and public relations: Developments and future directions from a German perspective". In: Zerfaß, Ansgar; Ruler, Betteke van; Sriramesh, Krishnamurthy (eds.) Public relations research: European and international perspectives and innovations. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 219–231.

Wilensky, Harold, L. (1964). The Professionalization of Evetyone?, The American Journal Of Sociology, 70: 137-158, The University Of Chicago Press.

Wright, Donald ve Turk, Judy, V. (2007). "Assessing the Value of the Public Relations Curriculum: A Survey of Opinions of Educators and Practitioners". Public Relations Division Association for Education in Journalism and Mass Communication Washington, DC, 9, 2007.

Toth, Elizabeth, L. (1999). Models for instruction and curriculum, PublicRelations Review, 25, 45-54.

Toth, Elizabeth, L., Aldoory, Linda (2010). A First Look: An in-depth Analysis of Gloal Pulic Relations Education; Public Relations Curriculum and Instructors from 20 Countries, Department of Communication University of Maryland College Park, USA.

Toth, Elizabeth, L., Aldoory, Linda (2006). Commission on Public Relations Education, The professional bond: PR education for the 21st century.

İletişim Eğitiminin Hedefi: Yeni Bir Entellektüel Yaratmak

Serdar Öztürk¹

"Eğitim, Ansiklopedik Bilgiler Verme Meselesi Değildir,
Öğrencinin Zaten Sahip Olduğu Farkındalığı
Geliştirme ve Disipline Etme Meselesidir"
(Gramsci, 2010: 66).

Özet

İletişim disiplinlerarası bir alan olmasına karşın, iletişim eğitiminin iletişimin disiplinlerarası özelliğine uygun olarak düzenlendiğini ileri sürmek mümkün değildir. İletişim eğitimi, hem amatör hem de profesyonel ruha sahip entelektüeller yetiştirmek üzere düzenlenmelidir. Bu amacı gerçekleştirmek için, öncelikle, iletişim fakültelerindeki akademisyenlerin hem birbirleriyle hem de farklı disiplinlerdeki akademisyenlerle teori ve pratik düzeyde işbirliğine gitmeleri gereklidir.

Anahtar Sözcükler: Entelektüel, İletişim Eğitimi, Organik Entelektüel, Geleneksel Entelektüel

The Objective of Communication Education: Creating A New Intellectual

Abstract

Although communication is an interdisciplinary area, it is not possible to claim that this position of it is in line with education of communication. Communication education has to be arranged to raise intellectuals who have both amateur and professional spirit. To accomplish this vision, first of all, academics in communication faculties must cooperate with each other and scholars in different disciplines both in theory and practise level.

Key Words: Intellectual, Communication Education, Organic Intellectual, Traditional Intellectual

¹ Doç. Dr. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Giriş

“İletişim disiplinlerarası bir alandır” ifadesi artık neredeyse bir klişe halini almıştır. Alan içinde ve hatta dışında çalışan amatör ve profesyonel pek çok insani iletişim gücünün² kabul edebileceği bir mottodur bu. Antropolog Lévi Strauss, yıllar önce toplumsal insanbilimi, ekonomi ve dilbilimin ortak bir bilim adı altında “iletişim bilimi” altında toplanacağını (Özkök, 1985: 13) belirtmesinden beri, iletişimin disiplinlerarası bir kavşak noktası olduğu sık sık getirilmiştir. Eğer toplum, aralarında iletişimde bulunan insanlardan oluşuyorsa, eğer insan bir iletişim gücü olarak her daim semboller alışverişinde bulunarak varlığını sürdürüyorsa ve eğer dil, yaşamın peşinden giden türevsel ve ikincil bir araç değil yaşamla birlikte giden, gelişen ve yaşamın varlığı için olmazsa olmaz unsurlardan birisiyse bu düşünceye katılmamak mümkün değildir. İletişimin insani ve sosyal bilimlerin buluşacağı bir alan olarak ileri sürmek kehanet değildir. İçinde kültür, insan, iktisat, ideoloji, teknik, teknoloji, anlam, içerik, estetik, medya sembol, gösterge, manipülasyon, alımlama ve propaganda gibi pek çok anahtar sözcüğü barındıran devasa bir alanın diğer pek çok disipline göre daha bu potansiyeli barındırdığı söylenebilir.

İletişim alanında çalışan bir insanın işleyeceği çok fazla malzeme vardır. Malzemelerin diğer disiplinlerle ilişkileri bizleri ister istemez o alanlar içinde yolculuk yapmaya zorlar. Gelgelelim bu o kadar da kolay bir yolculuk değildir. Farklı patikalarda farklı engellerle karşılaşma, çok farklı terminoloji ve bilgi yükü arasında yolunu şaşırma, yeni malzemeleri içselleştiremem ve de iletişimle ilişkilendiremem zorluklar arasında sayılabilir. İletişim alanını merkezi bir konumlanma yapan ya da amatör ruhla çalışan birisinin işi, bu çerçeveden bakıldığında, o kadar da kolay değildir. O, yer geldiğinde bir tarihçi, yer geldiğinde bir sosyolog, psikolog, saha araştırmacısı, metin çözümleyici, kültür bilimcisi ve ekonomi politikçi gibi konumlar arasında dans edebilmelidir. Eğer iletişimin sadece bir alanına kendisini sınırlamak ve o konuda katı bir uzmanlaşmayı tercih ediyorsa elbette bu kadar geniş sahalarda gezinti yapmak zorunda kalmayacaktır. Kişi kendisini sadece örneğin sinema filmleri çözümleyicisi olarak konumlandırarak ve belki sinema eserinin üretildiği iktisadi, toplumsal koşulları analizine bile katmayacaktır. Ancak burada sorulacak ve sorgulanacak iki soru vardır: Acaba bu derece katı bir uzmanlaşma ve kendini sınırlama ne derece bir entelektüel duruşu içerir? Buna bağlı ikinci soru, alanda uzmanlaşmanın iletişim alanının doğasıyla ne derece uyumluudur? Böylece biri genel, diğeri iletişim alanına münhasır iki soruyla karşı karşıya kalmaktayız.

1. Entelektüel Duruş

Önce genelden başlayalım: İletişim alanı dahil sosyal bilimlerin herhangi bir disipliniyle uğraşan birisinin sadece kendisine bir alan belirleyip o sahada çalışmalar üretmesi ve çalışmalarını üretirken farklı disiplinlerden ve yaklaşımlardan beslenmemesi ne derece entelektüel bir duruşu içerir? Bu beslenme, ana işin bir türevi mi olmalıdır yoksa tıpkı ana alanla eş değerde bir öneme mi gerektirmelidir?

Bu soruların yanıtları için anahtar kavrama, entelektüele, girizgah niteliğinde de olsa açıklık getirmek gerekiyor. Entelektüel ile kast edilen nedir?

İtalya’da Faşist Mussolini yönetimince 1925-1937 yılları arasında hapsedilen filozof ve olağanüstü siyaset bilimi analizleriyle kendisini kabul ettirmiş Antonio Gramsci, entelektüeli ikiye ayırır. İlki, kuşaktan kuşağa aynı işi yapan idareciler, öğretmenler ve din adamları gibi geleneksel entelektüeller; ikincisi ise entelektüel işlevlerini daha fazla iktidar, daha fazla kontrol gücü sağlamak ve çıkarlarını örgütlemek isteyen sınıf ya da kuruluşlarla doğrudan bağlantılı olan

2 İnsani iletişim gücü’nü, hem geniş hem de dar anlamda kullanmak mümkündür. Geniş anlamda ele alındığında yaşayan her insan iletişim gücüdür, çünkü insan hayalleriyle, düşünceleriyle, konuşmalarıyla, jestleriyle ve yaşadığı her an kurduğu tüm iletişimleriyle bir iletişim gücü olma potansiyelini bünyesinde taşır. İletişim gücünü dar anlamda kullandığımızda ise, medya veya iletişim alanında çalışan tüm bilgi işçilerini (halkla ilişkiler uzmanından, matbaadaki dizgicilere ve üniversitedeki öğretim elemanına kadar) kast etmekteyim.

organik entelektüellerdir (Gramsci, 2010: 374-384). Geleneksel entelektüeller, kendilerini egemen toplumsal gruptan bağımsız ve özerk gibi sunarlar (377). Bu entelektüeller, mevcut toplumsal yapıdan ziyade önceki toplumsal yapının hakim yapısıyla organik olarak ilişki içerisindeyler. Önceki toplumsal yapının tortusu gibidirler bu entelektüeller (1978: 5-6). Organik entelektüeller ise mevcut toplumsal yapıya organik bağı olan entelektüellerdir. Bu entelektüellerin iki boyutu vardır. İlki, mevcut toplumsal yapıyla uyumlu ve sürekli yapının genişlemesi için kendisinden yararlanılan uzman, halkla ilişkilerci ve teknisyen gibi entelektüellerden oluşur. Gramsci, bu düzeydeki organik entelektüeller hakkında şunları yazar: “Kapitalist girişimci kendisiyle yan yana olacak şekilde sınai teknisyenini, ekonomik politik uzmanını, yeni bir kültürün, yeni bir hukuk sisteminin vs. örgütçüsünü yaratır. (Gramsci, 2010: 375).

Bu çerçeveden değerlendirildiğinde, günümüz toplumlarında halkı belli konularda ikna etmek için görevlendirilen, bir ürünün veya şirketin pazardan daha çok pay almasını sağlamak için taktik ve stratejiler geliştiren reklamcı ve halkla ilişkiler uzmanı ve seçmenlerin düşüncelerini yönlendiren birisi organik entelektüeldir. Gramsci'ye göre organik entelektüeller topluma aktif olarak katılırlar, insanları ikna etmek, yönlendirmek ve piyasaları geliştirmek için yoğun çalışırlar ve sürekli hareket halinde olurlar. Belirli bir görevde yıllarını harcayan ve aynı işi yapan öğretmen ve papaz gibi entelektüellerin tersine sürekli bir inşa, oluşum ve hareket halindedirler.

Ancak organik entelektüel, Gramsci tarafından sadece bu düzeyde ele alınmaz. Düşünürü göre işlevleri doğrudan doğruya veya dolaylı olarak önceki toplumsal yapıya uyumu sağlamak (geleneksel entelektüeller) veya mevcut egemen bir toplumsal sınıfın lehine olmak üzere zor ve rızayı örgütlemek olan entelektüeller dışında (yani mevcut düzene hizmet eden organik entelektüeller dışında) önceki ve fiili toplumsal düzenin her ikisini de sorgulayan, onlara karşı çıkan ve de onları dönüştürmeye muktedir olacak madun sınıfların entelektüellerinin nasıl oluşturulacağı önemli bir sorundur. Gramsci'ye göre madun sınıfların başka sınıfların entelektüellerine bağımlı olmaksızın hegemonyayı ele geçirmeleri için kendi organik entelektüellerini inşa etmeleri gereklidir. Bu çerçevede eğitime özel önem vermek gerekir (Gramsci, 2010: Bkz. özellikle X. Bölüm, “Aydınlar ve Eğitim”).

Gramsci'nin entelektüele dair temel yaklaşımını benimseyen Edward Said (2009) ise kavrama yönelik daha farklı açılımlar yapar. Said, entelektüelin statükoyu sürekli rahatsız eden bir konumda olması (10), “insan düşüncesini ve insanlarıarası iletişimi kıskacı altına alan klişeleri ve indirgeyici kategorileri” kırması gerektiğini yazar (11). Said'in entelektüele yaklaşımı evrensel ve belki biraz aşkınsaldır: Entelektüel birey, hangi partiye yakınlık duyarsa duysun, “hangi ülkeden gelirse gelsin ve kendini aslen neye bağılı hissederse hissetsin, insanların çektiği acılar ve yaşadığı baskılar konusunda belli doğruluk standartlarından” şaşmamalıdır (12). İşte tam bu noktada Said, Gramsci'nin madun kesimlerin içinden çıkmasını arzu ettiği organik entelektüelin işlevini hatırlatır bir konumu net olarak vurgular: “...bence entelektüel mümkün olduğunca geniş bir halk kesimine seslenir (onları küçümsemez), bu kesim onun doğal muhatabıdır” (13).

Entelektüel, görevini icra ederken devletten ve şirketlerden gelen baskılarla karşılaşır elbette. Bu baskıların zora dayanması gerekmez. Entelektüelin halk yerine devlete ve şirketlere biat etmesini sağlayan temel etmenlerden belki en önemlilerinden birisi, medyanın, hükümetlerin ve büyük şirketlerin oluşturduğu devasa ağ karşısında insanın kendisini güçsüz hissetmesidir. Bir entelektüel bu otoritelere bilerek ait olmak istemiyorsa ve olmuyorsa, sesini duyurmama tehlikesi de vardır. Gelgelelim bütün bu tehlike ve risklere karşın entelektüel olmak demek muhalif olmayı, eleştirel bir söylem kültürünü benimsemeyi, dünyayı ve toplumu anlamayı ama anlamakla yetinmeyip dönüştürmek için mücadele etmeyi içerir. “Entelektüel”, Said'in deyişine göre, “her zaman ya daha zayıf olanları, daha az temsil edilen, unutulmuş veya umursanmayanların ya da daha güçlü olanların yanında saf tutma seçenekleriyle karşı karşıyadır. (2009: 43). Ama güçsüzlüklerin yanında bir konum belirlemek yine aynı düşünürün düşüncesine göre entelektüeli

evrensel anlamda entelektüel yapan ölçütlerden birisidir.

Evrensel düzeyde bir entelektüel olmanın zor bir seçeneği içerdiği böyle bir durumda konu uzmanlaşmaya geldiğinde de aynı zorluğun aynı derecede devam ettiğini söyleyebiliriz. Günümüzün parçalı bilim dünyasında mümkün olduğunca parçalar üzerinde uğraşmak ve onda uzmanlaşmak adeta hakim paradigma haline gelmiştir. Bu durum iki düzeyde yürür: önce kendi disiplininin sınırlarında; sonra o disiplinin belli bir alanında. Böylece örneğin bir entelektüel iletişim disiplini üzerinde uzmanlaşmak istiyorsa bilimsel topluluğun temel kriterlerini yerine getirecek ve o alanla ilgili bol okuma yapacaktır. İkinci olarak o disiplinde uzmanlaşacağı bir ana alan ve belki bir minor alan bulacak böylece tüm akademik yaşamı boyunca bunlar üzerine yazacak, konuşacak ve ders anlatacaktır. Sözcüğün tam anlamıyla mesleğinde ve alanda profesyonelleşecektir. Sorgulanması gereken en önemli noktalardan birisi işte bu profesyonelleşmedir.

2. Profesyonelleşme mi Amatörleşme mi?

Şerif Mardin bir yazısında (1993: 285-286) insanın yaratıcı ve üretici enerjisine gönderme yapan “daemon” kavramı üzerinde durur. Kendi deyimiyle “daemonic” güçler “insan şahsiyetinin tümünü bir dalga gibi kaplama potansiyeli taşıyan herhangi bir tabii eğilimdir. Cinsiyetin kudreti, yaratıcının inadı, kızgınlığın yakıcılığı, iktidar hırsı insanın “daemonic” uzantılarının örnekleridir. “Daemon”, statik bir nesne olmaktan ziyade, saklı bir güçtür, “insanın yaratıcı ve kahredici” enerjisinin ortak kaynağıdır. İnsan, davranışının derinliklerindeki eğilimleri bulabilmek için “daemon”u kabul etmeli ve onunla yüzleşmelidir (285). “Daemon”la yüzleşmemesi ve onun maskelenmesi durumunda entelektüelin iki seçeneği vardır: ya ideolog olur ya da dedikodu yazarlığına soyunur (285-286). Buna bir de Mardin’in değinmediği, entelektüelin amatör ruhunu kaybetmesi, potansiyel enerji ve ihtirasını yazılarına, konuşmalarına ve derslerine yansıtamaması, sürekli profesyonel düzeyde kalması gibi bir boyutu da ekleyebiliriz. Daima profesyonel düzeyde kaldığı için de resmi, düz, mekanik ve bir tür Gramsci’nin ayırımını yaptığı masa başında kendi kendini tekrar eden geleneksel bir entelektüel konumuna doğru yol alır. Uzmanlaşmada aşırılık profesyonelleşmede de aşırılığa ve en nihayetinde insanın içindeki “daemonic” amatör ruhu öldürmeye kadar giden sonuçlar yaratabilir.

Turgenev’in 19. yüzyıl romanı Babalar ve Oğulları’na (1999) baktığımızda amatör ruhlu entelektüel Bazarov ile karşılaşırız. Bazarov, asi ruhu, uyumcu özellikler göstermeyen, fikirlerini para karşılığı satmayan, tuhaf uçlarda gezinen, içindeki “daemonic” güçleri hayata yayan, tüm alanlar arasında dans eden bir özelliğe sahip tiptir. Bazarov, yirminci ve yirmibirinci yüzyılda, fikirlerini para karşılığı satıp, sadece kendisine verilen belirli görevleri yapan profesörlerden, yöneticilerden, gazetecilerden, bilgisayar uzmanlarından, köşe yazarlarından ve danışmanlardan fersah fersah uzaktadır.

Russell Jacoby’nin deyimiyle (1987) günümüz entelektüelleri akademide belirli uzmanlaşmaların sonucunda kendilerinden başka kimsenin anlamadığı tuhaf jargonlarla konuşup yazan profesyoneller haline almış ve artık akademik kariyer yapmanın kendisi asıl amaç haline gelmiştir. Yazma ve konuşma üslubunun anlaşılabilir ve karmaşık olması akademik olmanın ölçütü haline gelmeye başlamıştır. Aslında “iflah olmaz ölçüde bağımsız bir ruh” olması gereken entelektüel, günümüzde ceketlerini ilikleyen, söylediklerini kimsenin anlamadığı, kamusal tartışma yapmaya öncülük etme yerine kendi ünlerini pekiştirme derdinde olan ve uzmanlaşma içinde olmayanların dehşetle izlediği teknisyenler ordusu haline almıştır.

Said ise entelektüellere yönelik tehdidin aslında akademi, ticarileşmiş yayınevleri ve basından ziyade “profesyonizm” tutumunda görür. “Profesyonizm” ile kast ettiği, bir entelektüelin yaptığı işi geçim kaygısıyla belirli saatler arasında yapılacak bir meslek gibi görmesidir. Kendi deyimiyle profesyonizm, “denizi bulandırmamanız, kabul edilmiş paradigmalardan ya da sınırların dışına

çıkmanız, pazarlanabilir ve öncelikle de 'prezantbl' olmak uğruna kendinizi 'aman bir tatsızlık çıkmasın da' diye düşünen, apolitik ve 'nesnel' biri haline getirmenizdir" (2009: 76).

Profesyonelizmin karşısında ise "amatörizm" yer alır. Amatörizm tutumu, entelektüelin yaratıcılığına ve iradesine meydan okuyan baskılara karşı koyabilmeyi. Amatörizm, "Kâr ya da ödül beklentisiyle değil, tabloyu daha geniş çizmeye, belli çizgiler ve engeller arasında bağlantılar kurmaya duyulan aşk ve dinmek bilmez merakla; bir uzmanlık alanına kapatılmayı reddederek, belli bir meslektan olmanın getirdiği her türlü kısıtlamaya rağmen düşüncelere ve değerlere özen göstererek hareket etme isteğidir" (Said, 2009: 78).

Entelektüel yaratıcılığa yönelik baskıları birkaç grupta toplamak mümkündür: uzmanlaşma, bilirkişilik, iktidar ve otoriteye uyumlu çalışma ve profesyonel çalışmayı teşvik eden kurumsal ödül ve teşvik. Uzmanlaşma, bilginin üretimi ya da sanatın yapımı sırasında harcanan önemli çabaları gözden kaçırmak demektir. Uzmanlaşmayla bilgi ya da sanatın üretimi sırasında gözden kaçan insani boyutlar, çabalar üretimi daha gayri şahsi kılar. Bilgi ve sanat seçimler ve kararlar, bağlılıklar ve ittifaklar düzeyinden üretilen bir şey değil de sanki salt gayri şahsi kuramlar veya yöntemler düzeyinde üretilen bir şey olarak görülmeye başlar. Örneğin edebiyat uzmanıysak, genellikle tarihi, müziği, siyaseti devre dışı bırakmalısınız. Edebiyat alanında uzman olmak, otoritelerin, liderlerin her dediğini kabul etme ve ehlileştirilmiş bir zemine kaymak anlamına gelir. Uzmanlaşma sayesinde heyecan duyma ve bir şeyleri keyfetme duygumuzu yitirmeye başlarız. Oysa, bir entelektüel için heyecan duyma ve bir şeyleri keşfetme duygusu olmazsa olmaz duygulardır (Said, 2009: 78). Daha önce bu duyguları "daemonic" güçler olarak açıklamıştık. İşte bu amatör ruh, disiplinler arasında ve de aynı disiplinin içindeki alışverişte önemlidir.

Bilirkişi olma baskısı da uzmanlaşmayla ilintilidir. Örneğin Noam Chomsky, Amerika'da dilbilim alanında bilirkişi kabul edildiğinde, onun uluslar arası siyasete dair topladıkları ve yazdıkları dinlenmez. ABD'nin dış politikasını muhalif bakış açısıyla anlatmaya başladığında tartışmanın uzmanı olmadığı gerekçesiyle söylediklerini akademik camianın bir bölümü dikkate almaz. Benzer dikkate almamalar ya da hafif burun kıvrımlar akademik toplantılarda, bölüm toplantılarında başka akademisyenlerin başına da gelir. Değişik bir konu hakkında konuşmaya başlayan bir akademisyen, önce uzmanlaştığı alanla anılır ve söylediği şey ikinci planda kalır. Kişinin söylediklerinden geçmek yerine belirleyici olan onun derinleştiği uzmanlık olur. O, bir alanda uzmanla, diğer konularda yürüttüğü fikirlerin içeriği ve niteliği üzerine akıl yürütmek ve tartışmak yerine sadece uzmanlık alanı temel alarak değerlendirilmeye başlar.

Profesyonelleşmenin getirdiği üçüncü baskı olan iktidarın taleplerine ve halesine göre bilgi ve sanatsal üretimde bulunma, günümüz entelektüel dünyasına hakim durumdadır. Türkiye'de bu durumun iletişim alanındaki en son örneklerinden birisi "medya okuryazarlığı"nın moda haline gelmesinde yaşanmıştır. 2004 yılında Devlet Bakanlığı bünyesinde kurulan Şiddeti Önleme Platformunda, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ilk defa ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiş, aynı yıl Milli Eğitim Bakanlığı'na konuyla ilgili resmi girişimini yapmıştır. 2005 yılında ise konuya üniversiteler sahiplenmeye başlamıştır. Aynı Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ev sahipliğini yaptığı Uluslar arası Medya Okuryazarlığı Konferansı'nda RTÜK medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin resmi bir bildiri sunmuştur. 2004-2006 yılları arasında çeşitli ülkelerdeki programlar ve çalışmaların sonuçları araştırılıp incelenmiştir. 24 Kasım 2006 tarihinde Ankara'da Uluslar arası Medya Okuryazarlığı Paneli düzenlenmiş, akademisyenler ve yabancı ülkelerde görev alan yetkililerin görüşleri ve deneyimleri paylaşılmıştır. Ayrıca RTÜK'ün temsil edildiği, Üst Kurul yöneticilerinin katıldığı toplantıda medya okuryazarlığı kavramını tanıtan, medya okuryazarlığının gerekliliğini vurgulayan konuşmalar yapılmıştır. Ön hazırlık çalışmaları sonucunda Medya Okuryazarlığı konusundaki çalışmaları yürütmek üzere; RTÜK uzmanları, Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nden akademisyenlerin katılımıyla bir komisyon oluşturulmuştur. Komisyon çalışmalarında, özellikle ABD ve Avrupa'daki örnekleri incelemiş, konuya ilişkin yurtiçi ve yurtdışı makaleler ve diğer çalışmalar ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmiştir. Bütün bu gelişmeler

sonucunda RTÜK ve MEB "Medya Okuryazarlığı Eğitim Projesi"ni başlatmıştır (<http://www.medyakuryazarligi.org.tr/tarihce.html>).

O tarihten günümüze kadar değişik paneller, sempozyumlar düzenlenmiş, iletişim fakültelerinde konuyla ilgili dersler konulmuş ve kitaplar yayımlanmış, çeviriler yapılmıştır. Burada önemli olan husus, bilgi ve iktidar arasındaki ilişki göz önüne alınmadan, entelektüelin kendi eleştirel sorgulamasını ve kendi gündemini, araştırma konusunu kendisinin belirlemesi yerine iktidarın belirlediği bir konunun peşinden gitmesidir. Kültür Endüstrisi'ni ve medya ile siyasi iktidar arasındaki ilişkileri yeterince dikkate almayan, sorumluluğu ve çözümü izleyicilerde gören bir gündemin peşinden gitme; üretilen çalışma eleştirel olsa bile en nihayetinde gündeme eklenilen bir konu olması itibarıyla sorunludur.

Profesyonalizmin getirdiği bir başka baskı olan ödül ve teşvik mekanizması entelektüellerin gündemlerinin bu tür moda olan konularla ilgilenmesi durumunda devreye sokulur daha çok. Moda konularla ilgili projeler teşvik edildiğinde artık bilim, sorgulama yerine daha pragmatik amaçlarla yürüyen bir çerçeveye girmeye başlar. Said, bu tür baskılar karşısında entelektüele, gerçek bir entelektüel bilinçle donanmayı önerir: Entelektüel, kârla, bencil ve dar uzmanlaşmayla değil, özenle ve sevgiyle beslenen bir etkinlik olarak amatörlizm'le donanmalıdır:

Bugün entelektüel bir amatör olmalıdır; toplumun düşünen ve ilgili bir üyesi olmak için kişinin, ülkesine ve iktidarına; ülkesinin kendi yurttaşları ve diğer toplumlara ilişki kurma tarzına dair en teknik ve profesyonelleşmiş faaliyetlerin bile özünde yatan ahlaki meseleleri gündeme getirmeye yükümlü olduğunu düşünen biri. Dahası, entelektüelin amatör ruhu, çoğumuzun yaşadığı katıksız profesyonel rutinin içine girip onu çok daha hayati ve radikal bir şeye dönüştürülebilir; insan kendisinden yapması beklenen şeyi yapmak yerine bunu niye yaptığını, bundan kimin yarar sağladığını ve kendi kişisel projesiyle ve orijinal düşüncelerle bunun arasında nasıl yeniden irtibat kuracağını sorabilir (Said, 2009: 83).

3. Disiplinlerin Sınırları ve İletişim

Sosyal bilimler modern dünyaya ait bir girişimdir. Kökleri, onaltıncı yüzyıldan beri olgunluğa erişen, kuruluşunda onun da kendine düşeni yaptığı ve parçası olduğu modern dünyada, gerçeklik hakkında, bir biçimde ampirik olarak doğrulanan sistemli, dünyevi bilgi üretme çabasıdır (Gulbenkian Komisyonu, 2005: 12). Ondokuzuncu yüzyılda ise bilginin disiplinlere ayrılması ve meslekleşmesi, yani yeni bilgi üretmek ve bilgi üretenleri yeniden üretmek üzere süreklilik gösteren kurumsal yapıların oluşturulması damgasını vurdu. Farklı disiplinlerin oluşturulma sürecinin ardındaki varsayım, sistematik araştırmanın gerçekliğin farklı alanlarında uzmanlaşmasını gerektirdiği yönünde inançtı. Böylece gerçeklik rasyonel olarak farklı bilgi kümelerine ayrıldı. Bu bölümlenmeyle aynı zamanda entelektüelin daha üretken olması amaçlanıyordu (Gulbenkian Komisyonu, 2005: 16).

Gerçekliğin parçalanmasının yukarıda belirttiğimiz profesyonalizme giden yolu açtığı aşikardır. Aslında parçalamak, gerçekliği bir hamlede sindirmenin mümkün olmamasıyla ilgilidir. Madem bizim dışımızdaki sosyal gerçeklik değişik bakış açılarıyla parçalara ayrılmadan anlaşılıyor o halde farklı disiplinlerin oluşturulması bir tür zorunluluk halini alır. Ama sorun, parçaların nasıl bütünleştirileceğidir. İşte bunun için entelektüel alanda parçalar konusunda uzman olmak yetmemekte, parçaların birleştirilmesi ve daha değişik parçalar arasında dans etme konusunda amatör olmak da gerekmektedir.

19. yüzyılda disiplinler sınırların belirginleştiği ortamda ise entelektüel verimin disiplinlerin parçalanmasıyla sağlanacağı umuldu. Disiplinler bir yelpaze gibi açıldı. Yelpazenin bir tarafında ampirik olmayan bir faaliyet olarak matematik; ve daha sonra fizik, kimya, biyoloji gibi doğa bilimleri yer almaktaydı. Diğer tarafta ise ampirik olmayan bir faaliyet olarak matematiğin karşılığı olan felsefe, onu takiben belli başlı sanatsal faaliyetleri inceleyen ve çoğu zaman bu sanatların tarihini

yaptığı için tarihe yaklaşan insan bilimleri yer almaktaydı. İnsan ve doğa bilimlerinin ortasında ise sosyal gerçeklikleri inceleyen “sosyal bilimler” yer almaktaydı. Sosyal bilimlerin değişik disiplinleri, bu yüzyılda spekülasyondan farklı olarak gerçeklik hakkında ampirik bulgulara dayalı bilgi üretmesini sağlamak için harcanan çabaların bir parçası olarak oluşturuldu. Amaçlanan şey, sezgi veya doğruyu icattan ziyade öğrenmek idi. Bu yüzyıl boyunca çok sayıda disiplin adı önerildi. Birinci Dünya Savaşı sıralarında ise birkaç isim etrafında belirli bir görüş birliği oluştu. Üzerinde uzlaşılan isimler şunlardı: tarih, iktisat, sosyoloji, siyaset bilimi ve antropoloji. Bunlardan sosyoloji, siyaset bilimi ve iktisat üçlüsü temel sosyal bilimler (nomotetik) olarak görüldü. Tarih ise her olayı kendi tekliği içinde betimleme özelliğine sahip bir bilim olarak idioğrafik bir bilim olarak konum edildi. 1945’ten sonra Gulbenkian Komisyonu’nun sosyal bilimlerin yeniden yapılanması doğrultusunda hazırladığı raporunda ayrıntıları çizilen bir dizi gelişmeler nedeniyle disiplinlerin sınırları sorgulanmaya ve disiplinler arasında işbölümüne gidilmeye başlandı (Ayrıntılar için bkz. özellikle 37-67).

Disiplinler arasındaki çeşitli örtüşmelerin sonuçlarından birisi disiplinlerin arasındaki sınır çizgilerinin kaybolmaya başlamasına ve kendi içlerindeki homojenliklerinin giderek kaybolmasına giden yolu açtı. İkinci olarak bu gelişmeler disiplinlerin kendi entelektüel dayanaklarının meşruiyetini ve iç tutarlılıklarını sorgulamalarında etkin oldu. Bulunan çözümlerden birisi iletişim araştırmaları, yönetim bilimleri ve davranışsal bilimler gibi yeni “disiplinlerarası” isimler yaratılmasıydı (Aynı rapor, 48-49).

Dolayısıyla iletişim, aslında disiplinler içindeki tartışmalardan ve disiplinlerin sınırları arasındaki sınır çizgilerine dair yıllardır süren sorgulamalardan doğmuş ve başından beri disiplinlerarası kavşak noktasında oluşan bir bilimdi. Bunun altını özellikle çizmek gerekiyor. Sosyal bilimlerin ve insan bilimlerinin değişik alanlarında çalışan entelektüeller kendi çalışma alanları dahilinde yaptıkları çalışmalara iletişim olgusunu da katmışlar, iletişimin bireysel, toplumsal, siyasal, teknolojik, kültürel ve ekonomik gibi pek çok boyutlarını ele almışlardır. Örneğin siyaset bilimciler iletişimi, seçim, propaganda, oy verme davranışları gibi siyaset boyutlarıyla incelerlerken; tarihçiler basın, sinema, kitap, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişmelerine; sosyologlar iletişimin toplumsal işleyişine ve toplumsal etkilerine odaklanmışlardır. İletişimin disiplinler bir kimlik kazanmasında en önemli adımlardan birisi bu araştırmalardır. Farklı disiplin dallarında dağılmış bu araştırmaları ortak bir şemsiye altında toplamaya yönelik ‘değerlendirme yazıları’ iletişim alanının sınırlarının çizilmesi ve alanın özgül niteliğe bürünmesine katkı sağlamıştır (Delia, 1987: 21; Ayrıca bkz. Öztürk, 2008: 151-153). İletişim eğitiminin üniversitelerde ayrı bir disiplin olarak ortaya çıkması 1950’lerde başlamıştır (Shoemaker, 1993). İletişim, önce ‘kendi içinden sorunsallaştırılmış’ bir araştırma alanı olarak kurulmamış (Mutlu, 2005: 36), değişik akademik disiplinlerin bulunduğu bir alan olmuştur. İletişimin ‘özerk bir disiplin olmaya doğru yol almasında’, ‘etki’ konusunu merkeze alan araştırmalarda geliştirilen ‘kuramsal kavramların’ önemli katkısı olmuştur (61).

İletişimin değişik disiplinlerin kesişim noktasındaki konumu, günümüzde halen tartışılmaktadır. İletişim kendi başına özerk bir disiplin mi olmalıdır; yoksa disiplinlerarasında bir araştırma alanı mı olarak kalmalıdır? Bu tartışmanın Türkiye ayağına baktığımızda bazı entelektüeller iletişimin özerk bir disiplin olmasına karşı bir konumu benimsemektedirler. Örneğin İnal şöyle der:

“Bir disiplin olmak” iddiası, iletme ve medya kuramlarına fazla bir şey kazandırmaz aksine kaybettirir kanısındayız. Başlarını sokacak bir kovuk aramak yerine, iletişim kuramcıları, farklı disiplinler arasında bir köprü oluşturacak ve son derece canlı bir araştırma alanı olan iletişimin, bu yönü üzerinde durmalıdırlar. Psikanalizden dilbilimine, ekonomiden siyaset bilimine uzanan geniş bir disiplinlerarası alanın köprülerini oluşturacak olanlar kanımızca gelecekte, iletme ve medya kuramcıları olacaktır. Alandaki aşırı uzmanlaşma eğilimleri ise bu oluşumu hızlandırmak çok engellemektedir (t.y.: 200).

Bu da bir başka uca savrulmadır. Disiplinlerarası olmak, illa disiplinin sınırları dışında olmayı gerektirmez. Özerk bir disiplin olmak hem disiplinin sınırları içinde hem de diğer disiplinler arasında zaman zaman gezinti yapmayı ve onlardan beslenmeyi içerir. Disiplinler arasındaki işbölümü

Gulbenkian Komisyon'un raporunda da belirtildiği gibi "disiplinler biçiminde gerçekleştirilebilir" (2005: 88). Üstelik disiplinlerin yerine getirdiği bir başka işlev daha vardır: "Zihinleri disiplin altına alma ve bilimsel enerjiye kanalize etme işlevi." (88). Bu nedenle disiplinlerin katı sınırlarına karşı mekanik ve katı bir disiplin değil, daha esnek ve özerk bir disiplin anlayışını benimsemek çözüm olabilir. İletişim, her halükarda özerk ve esnek bir entelektüel faaliyette bulunacak şekilde yapılandırılması gereken bir disiplini olmalıdır.

Bu çerçevede disiplinlerarası bir kavşak noktasında olan iletişim disiplini içinde çalışan entelektüeller (uzmanlar ve daha teknik ve pratik dersleri veren diğer entelektüeller dahil) başka disiplinlerden ödünç kavramlara, uygulamalara ve kuramlara daha fazla başvurulabilirler. Değişik disiplinler arasında deyim yerindeyse dans etmek, entelektüele, amatörizmi canlandıracak yeni ufuklar sağlayabilir. İletişim, insanı, tekniği, mesajın içeriğini, üretene, alımlayanı gibi pek çok boyutuyla kapsamlı bir konu olduğu için ister istemez farklı alanlar arasında gezinti yapmayı zorunlu kılan bir disiplindir. İletişim, tıpkı medyaya dair Mike Wayne'nin söylediği gibi "köprü bir kategori"dir (2009: 169). Altyapı ile üstyapı arasında, altyapının ve üstyapının öğeleri arasındaki esnemeği sağlayan bir tür tampon mekanizmadır.

İletişimin bu doğası, parçalılığı, uzmanlaşmayı baştan engellemektedir. Buna karşın iletişim eğitiminde ısrarla uzmanlaşma savunulmakta, amatörizmi canlı tutmaya özel gayret sarf eden entelektüellere ise tuhaf bir gözle bakılmaktadır. Oysa iletişim alanında çalışanların, sosyal bilimlerin diğer alanlarında çalışanlara "daemonic" ruhu ilham edebilecek kadar önünde geniş fırsatları vardır. İletişim alanı, uzmanlaşmada fetişizmi önleyecek ve amatörizmi canlandıracak olağanüstü potansiyeller taşımaktadır. Ancak bu gizil halde kalmıy; henüz tam olarak kuvveden fiile geçirilmemiş bir potansiyeldir. Potansiyelin değerlendirilmesi için profesyonizm bahsinde sözünü ettiğimiz hususlar yanında aşağıda belirteceğimiz kuram ile pratik arasındaki yapay ayrımın da ortadan kaldırılması gereklidir.

4. Teori mi ? Pratik mi ? Yoksa...

İletişim fakültelerinde öğrencilerin ve hatta öğretmenlerin bir kısmının sıkça şikayet ettikleri hususlardan birisini, teorik derslerin yoğunluğu ve uygulama derslerinin azlığı oluşturur.³ Eğer fakülteden mezun olup iş bulunacaksa, işin gereklerini pratik düzeyde öğrenmenin gerekliliği savunulur; teorik derslerin bu çerçevede hiçbir işlevinin olmadığı ileri sürülür. Tartışmalı bir savdır bu. Neden?

Entelektüel tartışmamızda hatırlanacağı gibi entelektüel, sadece bilim insanlarını değil; uzmanları, teknisyenleri, kameramanları, din adamlarını kapsayacak bir içeriğe sahiptir. Dolayısıyla hem teorik hem de pratik düzlemde faaliyette bulunduğu ileri sürülen tüm bilgi işçileri aslında entelektüeldir. Hatta bir adım daha ileri gidersek, Gramsci'nin de dediği gibi herkesin entelektüel olduğu söylenebilir. Çünkü öncelikle "herkes kültüre mensuptur, çünkü herkes düşünür ve neden sonuç ilişkisi kurar" (1985: 25) Herkes sahanda yumurta yapabilir veya ceketindeki söküğü dikebilir (Gramsci, 2010: 378). Ancak "toplumdaki herkes entelektüellerin işlevine sahip değildir. Bu nedenle bir insanın tavada yumurta yapması onu aççı, söküğünü dikmesi de terzi yapmaz (378).

Gramsci'nin bu ifadelerindeki vurgularından birisini, entelektüeli entelektüel yapanın sadece teorik bir düzey olmadığı oluşturur. Entelektüel, teori ve prati arasında gidip gelen, bu düzeyler arasında dans eden bir konumda olmalıdır. Gelgelelim burada teori ile pratik arasındaki ayrımın da aslında analitik bir ayrım olduğunu belirtmemiz gerekiyor. Çünkü en düşünsel denilen faaliyetlerde dahi

3 Tersî şikayet, yani uygulama derslerinin yoğunluğu nedense az duyulur.

mutlaka pratik; en pratik işlerde dahi teori mutlaka bulunur. Gramsci şöyle der:

*Salt fiziksel emeğin mevcut olmaması ve hatta Taylor'un 'eğitilmiş goril' ibaresinin belli bir yöndeki bir sınırı gösteren bir metafor olmasından ayrı olarak, herhangi bir fiziksel işte, isterse en aşağı ve mekanik bir iş olsun bu, minimum düzeyde bir teknik nitelik, yani minimum düzeyde bir yaratıcı düşünsel etkinlik mevcuttur
(2010: 378).*

Hayatın ve hayatta icra edilen emeğin kendisi saf haliyle teori ve pratik olmadığına, teori pratiği; pratik teoriyi içermediğine göre bu iki kavrama keskin kategoriler şeklinde bakmamız gerekir. Teori ve pratik mutlak ikilikler değildir. Bunun yerine teori ile pratiğin birleştiği daha genel düzlemde, praxis düzleminde bakmamız gerekiyor.

Sadece teori ve sadece pratik gibi bir noktadan, bu ikisinin birleşimini ifade eden praxis gibi konumlanma noktasına geçmek kolay değildir. Öncelikle bilinç düzeyinde teori ile pratik fetişliğinden sıyrılıp, zihnin "hem...hem" ler ile çalıştığı bir safhaya sıçramayı gerektirecek bir deneyim ve kuramsal birikim edinilmesini gerektirir. Praxis, Mosco'nun da belirttiği gibi, genel olarak insan failliğine ve özel olarak insanların kendilerini ve dünyayı ürettikleri ve değiştirdikleri özgür ve yaratıcı eylemi ifade eder (1996: 37).

Kavram, Kant, Hegel ve Marx'ın çalışmalarında merkezi yer tutmuştur (Mosco, 1996: 37). Praxis'e sosyal bilimlerde merkeze alan bir kişi, hakikatin sadece içsel düşünmeyle, teoriyle bulunacağına inanmaz. Bilgi; deneyim, karşılıklı ilişki, eylem ve düşünmenin etkileşimiyle oluşur (38).

Bir kameramanın, gazetecinin, halkla ilişkiler uzmanının en pratik denilen faaliyetlerinde dahi teori yer alır. Önemli olan nokta, sağduyusal düzeyde var olan bu teorinin önce farkına varacak bir bilinç edinmek; ikincisi değişik disiplinlerde edinilecek teorik birikimi en teknik işlerde bile var olan sağduyusal düzeydeki teoriyi filizlendirecek ve geliştirecek doğrultuda kullanmaktır. Böylece bir kameraman artık farklı teorik zaviyelerden hayata, insana bakabilir; farklı açılardan zengin ve değişik çekimler yapabilir. Sistematik teoriler olmadan hayata bakmak ve sadece sağduyusal düzeyde çekim yapmak, evrensel eğitim yapan bir kurumdan mezun olan insanların sıradan bir insandan farkı nedir sorusunu ister istemez sordurtur insana. Teorik bir bakışın ne demek olduğunu şöyle bir kurguyla hayal edelim:

Bir gemideki yolcular denizde balina görüyorlar. Bu sırada herkesin tepkileri farklı oluyor. Kimileri "balığa bak!" diye birbirlerine seslenirken; başkaları bir yandan "balınaya bak!" derlerken aynı zamanda balınaya balık diyenlere yönelik şaşkınlıklarını bakışlarıyla dile getiriyorlar. Balinanın balık değil, bir memeli olduğunu bilmek ancak teori düzeyinde mümkün. Sağduyu düzeyinde kalındığında; denizde yüzen ve balığa benzeyen her varlık dış görünüşleri itibarıyla balık zannedilebilir. Tıpkı gerçekte kuş olmasına karşın pengueni de balık zannetmek gibi. Sağduyu düzeyinin ötesine geçen bir insan; dış görünüşler düzeyinde kalmaz ve balinanın bir köpekbalığından ziyade ormanda yaşayan aslan ve o an gemide balınaya bakan insanlarla akraba olduğunu kavrayabilir. Balinanın balina olduğunu kavramak açığı biraz değiştirip, Zizek'in deyimleriyle balınaya "yamuk bakmak" sayesinde olur.

Zizek'in Yamuk Bakmak (2010) kitabında Holbein'in 1533'de yaptığı The Ambassadors isimli tablosundaki kuru kafayı görme için de gereklidir bu bakış. Aşağıdaki tabloda ancak "yamuk bakmak" sayesinde görülebilecek kuru kurukafa bulunmaktadır. Bakış açısı dik olduğunda kuru kafa leke olarak görülmektedir. Her ne ise, bu bakışı yakalamak için mutlaka bakışlar arasında dans etmemiz gereklidir (Bkz. özellikle beşinci bölüm, "Hitchcockçu leke"). Bakışlar arasındaki dans, teori ve pratik arasında gidip gelmeyi, konumlanma noktalarımızı sürekli değiştirmeyi, en net bakışı bulmayı ve böylece Holbein'in tablosundaki lekeyi leke olarak değil kurukafa olarak; denizdeki

memeli olan bir hayvanı balık olarak değil balına olarak görmemizi sağlar. Kameraman örneğinden gittiğimizde en net ve çarpıcı bakışı yakalaması için kameramanın, felsefe, sosyoloji, tarih, iletişim gibi pek çok disiplin içerisinde gezinti yapması; bu birikimi, yaptığı teknik yoğunluklu işe taşıması ve onunla bütünleştirmesi elzem haline gelir.



Holbein, The Ambassadors (1533)

5. Teori ile Pratik Arasındaki Bağlantıda Öğretmenin Rolü

Teori ile pratik arasında dikotomi yaratacak fetişlikten uzaklaşmak için öğretmenin yapacakları şeyler de vardır. Öncelikle, teoriyi soyut ve gerçeklikten kopuk bir şekilde sunmak yerine; aşkınlıktan ve soyut düzeyden yeryüzüne indirmesi, yaşayan somut insan ve toplum gerçekliğiyle buluşturması gerekir. Soyut olan somut olanla buluşturulmalı, ikisi arasında dans gerçekleştirilmelidir. Soyut ve somut arasında sürekli gidilmeli ve gelinmelidir. Teori, en nihayetinde hayattan ve insan ilişkilerinden yola çıkılarak yapılan soyutlamalardır. Soyutlamaları tekrar hayata indirmek ve gerçekle buluşturmak ve de gerektiğinde yeni gelişmelerle revize etmek entelektüelin görevidir. Teori hayattan kopuk değil hayatta iç içedir; bu içiçeliği belletecek ve öğrenciyle paylaşacak olan kişi öğretici olan entelektüeldir. Gramsci (2010: 389) şöyle der: “Okul ile hayat arasında birlik yoktur, öğretim ile eğitim arasında da otomatik birlik yoktur. Okulda öğretim ile eğitim arasındaki bağ, öğretmenin canlı çalışmasıyla hayata geçirilebilir ancak.” Teori ile pratik, okul ile hayat arasındaki bağlantının kurulmasında öğretmenin faaliyetleri merkezi öneme sahiptir.

Bu durum, teknik dersleri veren öğretmenler için de geçerlidir. Onlar da pratiğin teoriyle ilişkisini kurabilmeli, bu çerçevede teorik bir entelektüel düzlemde kendilerini geliştirmelidirler. Bir öğrenci; kameraman veya senaryo yazarı olmak istiyorsa fakülteye gitmesine gerek yoktur; kursa gidip rahatlıkla bu teknik becerileri öğrenebilir. Fakülte, öğrenciye senaryo yazacak bakışı ve içeriği kazandırmazsa, herhangi bir kurs yerinden farkı kalmaz. Pratik yoğunluklu dersleri veren öğretmenlerin bunun bilincinde olmaları ve teorik ağırlıklı okumalarla kendilerine geliştirmeleri

gereklidir.

Burada önemli bir soru çıkıyor: İletişim fakültelerinde pratik ve teorik ağırlıklı dersler müfredatta bulunuyorsa, niçin öğretmenler birbirlerinin derslerinden yararlanmasın? Bu da yetmez: Niçin pratik ağırlıklı dersler verenler kendi aralarında; teorik ağırlıklı dersler verenler kendi aralarında akademik bir işbirliğine gitmesin? Somutlaştıralım. Örneğin bir senaryo yazımı dersine giren öğretmen, İletişim Sosyolojisi, İletişim Tarihi, Türkiye'nin Toplumsal Yapısı gibi derslere giremez ve dersleri dinleyemez mi? Bu yapılamıyorsa en azından yüksek lisans ve doktora programları takip edilemez mi? Kişinin pratik düzeyindeki deneyimi ve birikimi yüksek lisans ve doktora derslerine taşınmaz mı, aynı zamanda oradaki birikimden pratik yoğunluklu derslerde istifade edilemez mi?

Paulo Freire (1991) kült kitabı Ezilenlerin Pedagojisi'nde ideal eğitimin, öğretmenin öğrenci, öğrencinin öğretmen olduğu paylaşımcı bir etkinlik olması gerektiği konusunda ısrarlıdır. Bir öğretmen, okulda hem öğretmen hem öğrenci olmalı, gerektiğinde sıralama dahi değiştirilmeli yani öğrenci rolü başa gelebilmelidir: öğretmen-öğrenci ve bazen öğrenci-öğretmen. Aynı durum öğrenci için de geçerlidir. Öğretmen, ansiklopedik bilgileri aktarmak yerine süreklî hayatta, öğrenciyle iç içe olan, hem alan hem veren konumunda olmalı ve konular arasında dans edebilmelidir. İşte pratik ağırlıklı ders veren öğretmenlerin teorik derslerle ilişkisi de böyle olmalı, teori ve pratik arasında gidip gelebilmeli ve öğrenciyle daha zengin bir paylaşıma girebilmelidir. Aynısı, teorik ağırlıklı dersler veren öğretmenler için de geçerlidir. Onlar da pratik ağırlık veren derslerde bulunsalar, bulunmuyorsa bile bu tür dersleri veren öğretmenlerle iletişime geçseler daha farklı bir entelektüel inşasına doğru yol alınabilir. Bu entelektüel, amatör ruhludur, yaratıcıdır ve yeniliklere açıktır. Böylece hem teorik birikimlerini pratik ağırlıklı dersler veren öğretim üyelerine taşıyabilir ve hem de bu temas neticesinde pratik ağırlıklı dersler veren öğretim üyelerinin birikimlerinden yararlanabilir. Bu iki öğretmen kimliğinin (pratik ve teorik ağırlıklı tersler veren öğretmen kimliğinin) lisans ve yüksek lisans derslerinde karşılaşmaları durumunda ise öğrenciler teori ve pratiğin ilginç bir senteziyle temas kurabilirler.

Sonuç

Teori ve pratiğin sentezine yönelik temas, yeni entelektüele giden yolda önemli bir adımdır. Yeni entelektüelin oluşum tarzı Gramsci'nin deyişiyle "artık belagatla değil" "pratik hayata aktif katılımda düşünmektedir, çünkü belagat, "duyguların ve tutkuların zahiri ve geçici taşıyıcısıdır." Yeni entelektüel, "sadece basit bir hatip olarak değil, inşacı olarak, örgütleyici, 'her daim ikna edici biri' olarak yerini almalıdır. Bu entelektüel, bir iş olarak teknik ile bilim olarak teknik arasında gidip gelebilmeli ve en önemlisi "tarihsel hümanist anlayışı" benimsemelidir. Bunu yapmadığı takdirde entelektüel, "uzman" düzeyinde kalır, "uzman+politikacı", yani "yönetici" düzeyine geçemez (Gramsci, 2010: 399-400).

İletişim eğitiminin asıl amacı, yeni entelektüeli yaratmak olmalıdır. Bu entelektüel, teori ve pratiği buluşturan, soyut ve somut arasında gidip gelen, bilgiyi uygulayabilen ve uygulamalardan, deneyimlerden teorik genellemeler çıkarabilen, yamuk bakabilen, hayatı sorgulayan, eleştiren ve gerektiğinde onu dönüştürmek için mücadele edebilen, hayatın tarafı olarak inşa edildiğinin bilinci içerisinde olan ve bu nedenle de tarafsız olarak kalmanın kendisinin bile tarafılık anlamına geldiğini kavrayan bir konumda olmalıdır. Ancak yeni entelektüelin doğuşu için önce bizlerin, öğretmenlerin, kendimizi evirtmemiz gerekiyor.

Kaynakça

Delia, Jesse G. "Communication Research: A History", Handbook of Science içinde (Newburk Park: Sage, 1987), Ed. Charles R. Berger ve Steven H. Chaffe. Freire, Paulo, Ezilenlerin Pedagojisi (İstanbul: Ayrıntı, 2010), Çev Dilek Hattatoglu, ve Erol Özbek, 4. Baskı.

- Gramsci, Antonio. Gramsci Kitabı (Ankara: Dipnot, 2010), Haz. David Forgacs, Çev. İbrahim Yıldız.
- Gramsci, Antonio. Selections from Prison Notebooks (London: Lawrence and Wishart, 1978), çev. ve ed. Quintin Hoare ve Geoffrey Nowell Smith.
- Gramsci, Antonio. Selections from Cultural Writings, çev. William Boelhower, ed. David Forgacs and Geoffrey Nowell-Smith (London: Lawrence and Wishart, 1985), s.25.
- Gulbenkian Komisyonu. Sosyal Bilimleri Açın: Sosyal Bilimlerin Yeniden Yapılanması Üzerine Rapor (İstanbul: Metis, 2005), Çev. Şirin Tekeli, 5. Baskı.
- Jacoby, Russel. The Last Intellectuals: American Culture in the Age of Academe (New York: Basic Books, 1987).
- Mardin, Şerif. "Tanzimat ve Aydınlar", Türkiye'de Din ve Siyaset Makaleler 3 (İstanbul: İletişim, 1993) içinde, 3. Baskı.
- Mosco, Vincent. The Political Economy of Communication (London: Sage, 1996).
- Mutlu, Erol. "Kitle İletişim Kuramları ve Türkiye'de Basın-Yayın Eğitimi", Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya içinde (Ankara: Ütopya), s. 50-74.
- Özkök, Ertuğrul. İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü (Ankara: Tan, 1985).
- Öztürk, Serdar. Türkiye'de İletişim Düşüncesinin Kökenleri (Ankara: G. Ü. İletişim Fak., 2008).
- Said, Edward. Entelektüel Sürgün, Marjinal, Yabancı (İstanbul: Ayrıntı, 2009), Çev. Tuncay Birkan, 3. Baskı.
- Shoemaker, P. J. "Communication in Crisis: Theorie, Curruical, and Power", Journal of Communication, 1993, 43:4 (Autumn), s. 146-153.
- Turgenyev, Sergeyeviç Turgenyev. Babalar ve Oğullar (İstanbul: İş Bankası, 2011), Çev. Ergin Altay, 4. Baskı.
- Zizek, Slavoj. Yamuk Bakmak (İstanbul: Metis, 2010), Çev. Tuncay Birkan, 4. Baskı.
- Wayne, Mike. Marksizm ve Medya Araştırmaları: Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler (İstanbul: Yordam, 2009).
- <http://www.medyakuryazarligi.org.tr/tarihce.html>

Katkılar

Türkiye'deki İletişim Eğitime Katkıları Bağlamında Oya Tokgöz

Duygu Çeliker¹

Türkiye'de iletişim eğitiminin temelleri 1960'lı yıllarda gazetecilik okullarının kurulmasıyla atılmıştır. Yaptığı araştırmalar, yönettiği tezler ve yetiştirdiği akademisyenlerle alana önemli katkılarda bulunan bilim insanlarının çabaları bu gelişmede hem öncü rol oynamış hem de Türkiye'deki iletişim eğitimine yön vermiştir. Bu öncü iletişimbilimcilerden birisi de Oya Tokgöz'dür. Türkiye'de iletişim eğitiminin kurucularından olan Oya Tokgöz medya değerlendirmeleri, kadının medyada sunumu, siyasal iletişim ve reklam, kitle iletişim araçları ve çocuklar üzerine yaptığı çok sayıda çalışmayla da iletişim bilimine önemli katkılar sağlamıştır. Bu bağlamda çalışmada Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün iletişim eğitimine katkılarının genel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Çalışmada öncelikle Türkiye'de iletişim eğitiminin başlangıcı, ilk kurucuları değerlendirilmiş, ardından da Türkiye'de öncü iletişimbilimciler arasında yer alan Oya Tokgöz'ün yaşam öyküsü, çalışmaları ve bu çalışmalarında iletişim alanına ilişkin hangi konular üzerine yoğunlaştığı irdelenmiştir.

Türkiye'de İletişim Eğitimi

Türkiye'de iletişim bilimi sosyoloji, siyaset bilimi, felsefe, tarih, dil bilimi, sosyal psikoloji ve ekonomi gibi alanların da katkısıyla disiplinlerarası bir bilim dalı olarak 1960'lı yılların sonuna doğru ortaya çıkmıştır. Şüphesiz ki bu gelişmede iletişim eğitiminin Türkiye'de bu yıllarda başlamasının ve bunun paralelinde sistemli iletişim araştırmalarının gerçekleştirilmesinin önemli rolü bulunmaktadır. Türkiye'de cumhuriyetin ilk yıllarından 1960'lı yıllara kadar olan süreçte iletişim olgusunu irdeleyen araştırmalar yapılmakla birlikte, iletişim araştırmalarının sayısı artmış ve iletişim eğitimi 1970'li yıllardan sonra hızla yaygınlaşmıştır (Taşcıoğlu, 2010: 234). Türkiye'de iletişim eğitimine gazetecilik okullarının kurulmasıyla başlanmıştır. Dünyada iletişim eğitime yön veren ilk gazetecilik okulu 1908 yılında ABD'de kurulurken (Mutlu, 2000: 245); Türkiye'de 1950 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü'nde gazetecilik eğitimine, 1965'te Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nda iletişim eğitimi verilmeye başlanmıştır (Tokgöz, 2003: 9). Bu yıllarda bir yandan gazetecilik/iletişim eğitimi sürdürülürken; diğer yandan iletişim eğitimi verecek akademisyenler yetiştirilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte bu süreçte iletişim alanına ilişkin araştırmaların yapılmasına ve ders kitaplarının yazılmasına yönelinmiştir. Bu gelişmeler Türkiye'de iletişim eğitiminin gelişmesi anlamında önemli adımları oluşturmuştur (Tokgöz, 2006: 2). Özellikle Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde 1971'den başlayarak tamamlanan doktora tezleri Türkiye'de iletişim biliminin ve iletişim eğitiminin yol almasında büyük önem taşımaktadır. Ünsal Oskay, Aysel Aziz, Uygur Kocabaşoğlu ve Nilgün Abisel ile birlikte Oya Tokgöz Türkiye'de iletişim alanında yazılan ilk beş doktora tezinin yazarlarından olup, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nda yapılan iletişim eğitimine ve gerçekleştirdiği araştırmalarla Türkiye'deki iletişime yön vermiş ve iletişim alanında eğitimcilerin yetişmesine ön ayak olmuştur.

Oya Tokgöz'ün Kısa Yaşam Öyküsü, Araştırmaları ve Düşüdükləri

Türkiye'nin önde gelen iletişimbilimcilerinden ve siyasetbilimcilerinden olan Oya Tokgöz 1941 yılında Ankara'da doğmuştur. İlk, orta ve lise öğrenimini TED Ankara kolejinde tamamlayan Tokgöz, lisans öğrenimini Ankara Üniversitesi SBF Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde, yüksek lisansını ABD'de Boston University School of Public Communication'da ve doktorasını Ankara Üniversitesi

¹ Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

SBF’de siyaset bilimi alanında tamamlamıştır. Tokgöz 1977 yılında doçent, 1985 yılında profesör ünvanlarını almıştır. Ünsal Oskay, Aysel Aziz, Uğur Kocabaşoğlu, ve Nilgün Abisel gibi isimlerle birlikte iletişim biliminin kurucuları arasında yer alan Tokgöz alana ilişkin çok sayıda çalışma yapmıştır.

İlk çalışmasını 1972 yılında yayınlayan Tokgöz’ün 1972-2005 yılları arasında toplam 63 çalışması yayınlanmıştır. Bununla birlikte Tokgöz, akademik yaşamı içerisinde 22 yüksek lisans tezi, 10 doktora tezi yönetmiştir. Yönettiği tez çalışmaları haber söylemi, popüler kültür, yeni teknolojiler, uluslar arası iletişim, basın iktidar ilişkisi, basın tarihi, gazete televizyon ve video örnek olayları, yerel basın siyasal katılma ve kitle iletişim araçları/basında sivil itaatsizlik eylemlerinin sunumu gündem belirleme, dış basında ve Türk basınında dış haberler, basın çalışanlarının durumu, enformasyon toplumu, yetiştirme kuramı ve magazin basını ve haber anlayışı gibi konular üzerinde iletişim alanına önemli katkılar sağlamıştır (Özer, 2005: 91). Oya Tokgöz yönettiği tez çalışmalarının dışında, akademik yaşamı içerisinde medya, kadının medyada sunumu, siyasal iletişim siyasal reklam ve reklam, kitle iletişim araçları ve çocuklar üzerine çok sayıda araştırma yapmış bir iletişim bilimcidir. Buna ek olarak Türkiye’deki iletişim biliminin tarihsel kaynaklarını bulmaya yönelik eserlerin sayısı son derece az olmakla birlikte Tokgöz’ün Türkiye’deki iletişim araştırmalarının gelişimine dair saptamaları da önemlidir (Öztürk, 2008: 7). Oya Tokgöz’ün aynı zamanda doktora tez çalışması olan radyo ve televizyon sistemleri ile ilgili araştırması alanda ilk ampirik ve kuramsal araştırmalardan biridir. Tokgöz, televizyonun siyasal tutum ve davranışa etkisini ölçme amacı ile Ankara Çankaya bölgesinde yaptığı alan araştırmasında izleyicilerin izleme alışkanlıkları, televizyon izleme ve televizyondan etkilene sorununu üzerine odaklanmıştır (Aziz, 2005: 21).

Medya üzerine değerlendirmelerine ilişkin çalışmalarında haber ajanslarının ortaya çıkışını, gelişimini ve o dönemki durumunu sunduğu “Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları” başlıklı çalışması basın alanına ilişkin olarak ürettiği ilk çalışmaları arasında yer alır (Tokgöz, 1972). Gazetecilik ve halkla ilişkiler ilişkisini ortaya koyduğu “Gazetecilik Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi” başlıklı çalışmasında ise, kamu ve özel sektör halkla ilişkiler çalışmalarında yazılı basının rolüne dikkat çeker (Tokgöz, 1988a). Bu çalışmaların yanında yazılı basın haberleri üzerine gerçekleştirdiği çözümlemeleri de önemlidir: “Bazı Gazetelerimizde 1973 TBMM Başkanlığı Seçimlerine Verilen Önem: İçerik Çözümlemesi İle Yaklaşım”, “Türk Gazetelerinde Siyasal Şiddet” başlıklı çalışmaları haber çözümlemeleri üzerine gerçekleştirdiği araştırmaları arasında önemli örneklerdendir (Tokgöz, 1977).

Oya Tokgöz medyaya ilişkin bu çalışmalarının dışında yerel medya ile ilgili çalışmalarıyla da alana önemli katkılarda bulunmuştur. Yerel medya üzerine çalışmaya 1970’lerin sonunda başlayan Tokgöz, “Türkiye’de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi”, “Türkiye’de Yazılı Basının Yerel Olarak Gösterdiği Özellikler”, “Türkiye’de Yerel Basının Konumu ve Önemi”, “Türkiye’de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi” başlıklı çalışmalarıyla yerel basının işlevleri, yapısı, örgütlenişi ve yerel basının sorunları üzerine yayınlar yapar (Tokgöz, 1981a, 1982, 1988b, 2001). Bütün bunlara ek olarak Siyasal iletişim, seçim kampanyaları, siyasal reklam, reklam ve tüketim, televizyonun kadının siyasallaşmasına etkisi, televizyon reklamlarının anne ve çocuk ilişkisine etkisi, kitle iletişim araçlarının çocuklara etkisini ve çocuğun toplumsallaşmasındaki rollerini irdelediği çalışmaları da önemlidir.

Oya Tokgöz’ün gerek lisans gerekse lisansüstü eğitim gören öğrencilerin, araştırmacıların faydalanabileceği ve pek çok iletişim fakültesinde ders kitabı olarak okutulan eserleri arasında ise “Temel Gazetecilik”, “Siyasal İletişimi Anlamak”, “Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim” eserleri yer alır (Tokgöz, 1981b, 2008, 2010). Gazetecilik mesleği hakkında temel bilgiler veren Temel gazetecilik kitabı Oya Tokgöz’ün de belirttiği gibi “gazeteciliğin ne olduğunu, gazetecilikle ne yapılmak istendiğini” tanımlamaktadır. Siyasal iletişimi anlamak ise siyaset biliminin temel kavramlarını medya siyaset ilişkisi bağlamında değerlendirmektedir. Seçimler Siyasal Reklam-

lar ve Siyasal İletişim adlı eserinde ise Oya Tokgöz 1973-1999 yılları arasında seçimler, siyasal kampanyalar, siyasal partilerin kadın söylemi üzerine yazmış olduğu makaleleriyle, Türkiye'deki siyasal iletişim araştırmalarından örnekler sunar.

Özetle, Türkiye'de iletişim eğitiminin kurucularından olan Oya Tokgöz iletişim alanına ilişkin sayısız çalışmalar yapmış bilim insanlarından birisidir. İletişim Biliminin Türkiye'de gelişmeye başladığı ilk günlerden bu yana medya, kadının medyada sunumu, siyasal iletişim siyasal reklam ve reklam, kitle iletişim araçları ve çocuklar üzerine ve Türkiye'de iletişim araştırmalarının gelişimine yönelik araştırmaları ile iletişim alanına önemli katkılar sağlamıştır. Tokgöz'ün gazetecilik ve siyasal iletişim üzerine yazmış olduğu kitaplar ise gerek lisans gerekse lisansüstü eğitim alan öğrenciler ve araştırmacılar için temel başvuru kaynağı niteliği taşımaktadır.

Kaynakça

- Aziz, Aysel (2005). "Dünyada ve Türkiye'de İletişim Araştırmaları." <http://kitaplar.ankara.edu.tr/dosyalar/pdf/625.pdf>. 27.07.2011.
- Mutlu, Erol (2000). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Kişisel Bir Tarih Denemesi." İletişim. 2000(8): 234-259.
- Özer, Ömer (2005). "Dört On Yılın Birikimi: Prof. Dr. Oya Tokgöz'ün Türkiye'de İletişim Alanına Katkıları". <http://kitaplar.ankara.edu.tr/dosyalar/pdf/625.pdf>. 25.07.2011.
- Öztürk, Serdar (2008). Türkiye'de İletişim Düşüncesinin Kökenleri. Ankara:Gazi Üniversitesi Basımevi.
- Tokgöz, Oya (1972). "Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları." Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, (17)2: 143-157.
- Tokgöz, Oya (1977). "Bazı Gazetelerimizde 1973 TBMM Başkanlığı Seçimlerine Verilen Önem: İçerik Çözümlemesi ile Yaklaşım." Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi. (30) 1-4: 67-78.
- Tokgöz, Oya (1981a) "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi." A.Ü. SBF BYYO Yıllık 1979-1980: 271-294.
- Tokgöz, Oya (1981b). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitapevi.
- Tokgöz, Oya (1982). "Türkiye'de Yazılı Basının Yerel Olarak Gösterdiği Özellikler." A.Ü. SBF BYYO Yıllık 1981: 283-309.
- Tokgöz, Oya (1988a). "Gazetecilik Halkla İlişkiler İlişkisinde Yazılı Basının Rolü ve Önemi." Halkla İlişkiler Sempozyumu 1987.
- Tokgöz, Oya (1988b). "Türkiye'de Yerel Basının Konumu: Rolü ve Önemi." A.Ü BYYO Yıllık, sayı X: 165-179.
- Tokgöz, Oya (2001). "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenisi." İletişim. (9):5-39.
- Tokgöz, Oya (2003). "Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi." Kültür ve İletişim. (6) 1: 9-32.
- Tokgöz, Oya (2008). Siyasal İletişimi Anlamak. Ankara: İmge Kitapevi.
- Tokgöz, Oya (2010). Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim. Ankara: İmge Kitapevi.

Erol Mutlu'nun İletişim Eğitimi Üzerine Düşünceleri ve Katkıları

Özlem Kükrer¹

“Erol Mutlu'nun Anısına”

Türkiye’de iletişim araştırmaları yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde başlamıştır. İletişimin bir disiplin haline gelmesi ve bunun bir uzantısı olarak özgül iletişim eğitiminin ortaya çıkışı ise 1960’lı yıllara dayanmaktadır (Tokgöz, 2000). Türkiye’de iletişim eğitiminin şekillenmesinde Ünsal Oskay, Aysel Aziz ve Oya Tokgöz, gibi isimlerin önemi büyüktür (Mutlu, 2000: 254). Daha sonraları ise iletişim eğitiminin gelişimine büyük katkılar sağlayan bir başka isim Erol Mutlu’dur. Erol Mutlu’nun iletişim disiplini ile tanışması, 1966 yılında Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Basın-Yayın Yüksekokulu’na girişi ile başlamıştır. Okula girmeden önce ideali sinemacı olmak olan Mutlu, “sinemaya geçebileceği en yakın alanın televizyon olduğunu” düşündüğü için okul tercihini bu yönde yapmıştır (Mutlu, 2000: 248). Onun eğitime başladığı dönemde iletişim, üniversite genelinde siyaset, sosyoloji, iktisat, işletme ve hukuk gibi çeşitli alanların etkisinde, özgül sınırları çizilmemiş bir eğitim programıdır. Fakat Mutlu’ya göre, fakülte’deki tüm derslerin toplumsal ve siyasal duyarlılık ortak paydasında olması, o dönem için tutarlı ve zengin içerikli bir iletişim eğitimi programını ortaya çıkarmıştır (Mutlu, 2000). Mutlu, 1969 yılında üniversiteden mezun olduktan sonra TRT Ankara Televizyonu’nda yapımcı olarak göreve başlamış ve 13 yıl boyunca bu görevi sürdürmüştür. Mutlu’nun akademik yaşantısı ise 1982 yılında mezun olduğu okulda başlamıştır. 1996 yılında profesör olan Mutlu, ayrıca İletişim Fakültesi dekanlığı görevini de yürütmüştür.

Mutlu, yaşantısı boyunca gerçekleştirdiği akademik çalışmalarla iletişimin bir disiplin olarak gelişimine büyük katkılar sağlamıştır. Popüler kültür, globalleşme ve medya, kitle iletişim kuramları ve siyasal iletişim alanlarında çalışmalar gerçekleştiren ve İletişim Sözlüğü (1994)’nün yazarı olan Mutlu’nun, 1990’lardan sonra iletişim, özellikle de basın-yayın eğitimiyle ilgili çalışmalar ortaya koyduğu görülmektedir.

Mutlu ve İletişim Eğitimiyle İlgili Düşünceleri

İletişim eğitimi, Mutlu (1998)’ya göre gerek tanıyı gerekse kapsamıyla sorunlu bir konudur. Bunun başlıca nedeni, eğitim ve iletişim kavramlarının sınırlarının halen belirlenememiş olmasıdır. Bu doğrultuda, Mutlu, “Tartışma: İletişim Eğitimi” başlıklı makalesine, günümüzdeki zihinsel parçalanmışlığın bir uzantısı olarak ortaya çıkan “eğitimin parçalanmışlık durumuna” vurgu yaparak başlamaktadır. Ona göre, eğitim mutlak doğrunun kabulü ve bu kabulün baskısı ile postmodern bağlamda anlamsızlığa varan bir anlam karmaşasının tam ortasında kalması nedeniyle sorunlu bir alandır. Dolayısıyla böyle bir ortamda iletişim eğitiminden önce eğitimin sınırlarını çizmek daha doğru olacaktır (Mutlu, 1998: 16). Mutlu (1998) ’ya göre, eğitim yansız değildir, hatta biçimlendirici niteliğe sahip ideolojik bir pratiktir. Bu nedenle farklı ideolojik duruşlar sonucunda eğitimin tanımı ve işlevi kolayca değişebilmektedir. Örneğin, biçimlendirmeyi sistematik hale getiren formel eğitim, eğitimi uzmanlaşma söylemi içerisinde sınırlamaktadır. İletişim eğitimi içinde yer alan ve eğitim kadar muğlak olan bir diğer kavram da iletişimdir. Mutlu (1998), iletişimle ilgili ortaya konulan tanımların sayısının bile kavramın belirsizliğini gözler önüne serdiğini belirtmektedir. Farklı paradigmaların iletişimi ve iletişimin işlevlerini farklı bağlamlarda ele alması da bu karmaşayı artırmaktadır. Mutlu, bu çalışmasının devamında eğitim ve iletişim kavramlarının karmaşıklığının bir uzantısı olarak, iletişim eğitiminin farklı üniversite ve farklı fakültelerde çeşitli biçimlerde ele alın-

1 Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

dığı için bir “parçalanmışlık” içinde olduğuna değinmektedir. Mutlu (1998:23), iletişim eğitiminin parçalanmışlığını “modern zihniyetin dayatması ve kurumlaşması sonucu ortaya bir ayrışım” olarak özetlemiştir. Mutlu’ya (2005) göre, bu parçalanmışlığın temel nedeni, iletişim eğitiminin çeşitli amaçlara hizmet edecek şekilde gerçekleştirilme zorunluluğu içinde olmasıdır. İletişim eğitiminin amacı, bir taraftan “Lazarsfeld geleneğinin bir uzantısı olarak medya profesyonelleri yetiştirmek”, diğer taraftan bilimsel ve akademik çalışmalar ortaya koymak olarak görülmektedir. (2005). Bir başka çalışmasında ise bu sorunun nedenini “iletişim eğitiminin niteliği ile endüstrinin beklentileri arasındaki kopukluk” şeklinde açıklamıştır (Mutlu, 1998: 25).

Bu yaygın parçalanmışlık anlayışının karşısında iletişim çalışmalarının kültür ve felsefe çalışmalarıyla iç içe ele alındığı da görülmektedir. Mutlu, bu eğilimin, iletişim eğitimi pratiklerinin alternatifi olarak görülmesinin de bir başka soruna yol açacağını belirtmiştir. Bu sorunun oluşmasını ise kültür ve iletişim kavramlarının birbirlerinin yerine kullanılır hale gelmesinden ya da iletişim kavramının kültür potası içinde eritilmesinden kaynaklandığını belirtmiştir. Bu durum, Mutlu (1998: 23)’ya göre “yanıltıcı bir indirgemecilik ve iletişimin özgüllüğünü gideren bir genellemecilik” olarak özetlemektedir. Ayrıca bu eğilimlerin formal eğitim kurumları içinde konumlanması iletişimin bir disiplin olarak gelişimine zarar vermektedir. Bunun bir sonucu olarak günümüzde iletişim alanı halen sınırları çizilmiş ve açıkça tanımlanmış bir disiplin olarak kabul görememiştir (2005: 70). İletişimin özgül bir disiplin olarak görülmemesinin bir sonucu olarak, Türkiye’deki basın-yayın eğitimi hem içerik hem de örgütlenme açısından bu eğitimin dünyadaki iletişim alanındaki gelişime paralellik göstermemektedir (Mutlu, 2005). Mutlu, son 25 yılda Türkiye’deki basın-yayın eğitiminde gerçekleştirilen çalışmaların nicelik ve nitelik olarak yetersizliğinin de iletişimin bir disiplin olarak gelişmesini engellediğini belirtmiştir. Bu durum ona göre “iletişim disiplinin kimlik bunalımına” yol açmaktadır. Bu bunalımın son zamanlarda daha fazla tartışılır hale gelmesi ve buna bağlı olarak konuyla ilgili çözümlerin sunulması ise olumlu bir gelişmedir (2005, 71-72).

İletişim Eğitimine Katkıları

Erol Mutlu, iletişim eğitimine, ortaya koyduğu kitaplar, makaleler, çeviriler ve İletişim Sözlüğü ile büyük katkılar sağlayan önemli bir isimdir. Mutlu’nun iletişim eğitimine yaptığı en önemli katkılardan biri ise iletişim eğitimiyle ilgili çalışmalarında “nasıl bir iletişim eğitimi?” sorusuna yanıt vererek sorun tespitinden ziyade soruna çözüm önerileri sunmasıdır. Ona göre, bu sorunun cevabı ancak içinde bulunulan dönemin ve ortamın toplumsal ve entelektüel yapısı göz önünde bulundurularak verilebilir. Ona göre iletişim eğitiminin, toplumun bu eğitimden beklentileri ve talepleri doğrultusunda, kadro ve kurumlarda gerçekleştirilecek değişimlerle düzenlenmesi gerekmektedir (Mutlu, 2000: 257). Mutlu, medyadaki uzmanlaşma eğiliminin uzantısında, iletişim eğitiminin de bu eğilimin taleplerini karşılamak durumunda olduğunu, fakat bu gerçekleştirilirken verilen eğitimin aynı zamanda toplumsal beklentileri de karşılaması gerekliliğinin göz ardı edilmemesini ifade etmiştir. Özetle, buna göre uzmanlaşma için verilen teknik eğitim, eleştirel bakışın önünü kesmemelidir (Mutlu, 2000). Bu konuyla ilgili bir başka çalışmasında da Mutlu, “kuramsal-pratik” karşıtlığını ele almıştır. Böylece kuramsal bilgilere sahip olan öğrencilerin benzer pratik bilgi ve becerilere sahip olanlardan farklılaştıracağını belirtmiş ve bunu uygulamanın zor ve sorunlu olmasına karşın “kuram ve pratiği bağdaştıran” bir çözüm önerisi (1998: 26) olacağını belirtmiştir. Ayrıca ticarileşmiş medya ortamında, çeşitli alanlardan, çok sayıda dersi içeren eğitim-öğretim programlarıyla oluşturulan genelci eğitim anlayışının da bir takım sorunlara yol açtığını belirten Mutlu (2000), iletişim eğitimi “kendi pratiğinin, kurumsal özgüllüğünün olağan süreci içinde” gerçekleştirilirse bu sorunun üstesinden (Mutlu, 1998: 27) gelinebileceğini, ancak bu gerçekleştirilirken iletişim eğitiminin farklı disiplinlerden beslenmesinin göz ardı edilmemesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Bu doğrultuda, Mutlu’nun gazetecilik eğitimiyle ilgili önerisi, öğrencilere bu eğitim verilirken siyaset bilimi, edebiyat, felsefe, sanat ve tarih gibi çok çeşitli alanlardan faydalanılmasının gerekliliği olmuştur. Çünkü ona göre, ancak bu şekilde toplumu tanıyan, anlatan ve yansıtan; ahlaki sınırları belirgin; dili, anlatımı zengin bir gazetecilik anlayışı ortaya çıkacaktır (Mutlu, 2000:

259). Mutlu, bir başka çalışmasında yine “nasıl bir iletişim eğitimi?” sorusunu sorarak, bu soruya mutlaka bir yanıt vermek gerektiği düşünülüyorsa, sınırları kesin bir şekilde çizilmiş bir tanım yerine “yol gösterici olabilecek bir yordam arayışına girmek” gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca bu soruya cevap bulabilmenin bir diğer yolunun da sorunu daraltmak olduğunu, bunun da “iletişim” kavramı yerine “medya” kavramı yerleştirilerek yapılabileceğini belirtmiştir. Medya kavramı “daha kurumsallaşmış ve sistematik pratikleri” içerdiği için bu pratikler müfredat oluşumunu kolaylaştırmaktadır. İletişim eğitimi bu çerçeveden bakıldığında “medya pratikleri alanında uzmanlık konularını yeniden üretmek, bu konulara insan hazırlamak” amacıyla gerçekleştirilmektedir (Mutlu, 1998: 22). Fakat aynı çalışmada Mutlu, iletişimi medya kavramıyla sınırlamadan soruyu yeniden sormanın cevabı alınamasa bile alanı zenginleştireceğini belirtmiştir.

Mutlu'nun iletişim eğitimiyle ilgili ortaya koyduğu bir başka öneri ise, farklı iletişim fakültelerinin sahip olduğu farklı eğitim ve araştırma geleneklerinin tekiştirilmekten vazgeçilmesidir. Ona göre, iletişim eğitiminin ortak politikalarını ortaya koymak ve bunu kamuoyuyla paylaşmak doğaldır. Fakat bu durum, fakültelerin özgün yapısına zarar vermemelidir. Mutlu'ya göre iletişim eğitiminin gelişimi ancak bu özgünlükler korunarak gerçekleştirilebilir (Mutlu, 2000). Erol Mutlu'nun Hakan Tuncel ile gerçekleştirdiği “Education for Broadcasting, A Comparative Study on Turkish and American Broadcast Students” başlıklı çalışmada ise, Amerika'da ve Türkiye'de yayıncılık eğitimi veren okullarda öğrenim gören öğrencilerin iletişim eğitimi ile ilgili düşünceleri karşılaştırılmıştır. Bu çalışmanın varsayımı özetle, toplumunda yer alan egemen sosyo-kültürel söylemlerin yayıncılık eğitimi taşıyıcı ve pekiştirici olarak etkilediği ve bu söylemler doğrultusunda eğitimin çerçevesinin belirlendiğidir. Bu çalışmanın sonunda, yayıncılık müfredatının, öğrencilere küreselleşen eğilimleri ve ülkenin sosyo-kültürel ve politik konularını tartışabilme yetisi ve fırsatı sağlayacak şekilde düzenlenmesi önerisi sunulmaktadır (Mutlu ve Tuncel, 1998).

Son olarak, Mutlu bir iletişimcinin en önemli eğitim kaynağının toplum olduğunu, derslerin niteliği ve niceliğinden ziyade toplumun bir “kaynak” olarak görülmesinin önemine değinmiştir. Ona göre, okullarda verilen ve “kısır” olarak tabir ettiği uzmanlık eğitiminin üstesinden ancak bu şekilde gelinecektir (Mutlu, 2000: 259).

Kaynakça

- Mutlu, Erol (der.) (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya.
- Mutlu, Erol (2000). “Türkiye’de İletişim Eğitimi, Kişisel Bir Tarih Denemesi”. *İletişim*. Kış, 8: 234-259.
- Mutlu, Erol (1998). “Tartışma: İletişim Eğitimi”. *Kültür ve İletişim*. 1(2): 16-27.
- Mutlu, Erol ve Tuncel, Hakan (1998). “Education for Broadcasting, A Comparative Study on Turkish and American Broadcast Students”. *Kültür ve İletişim*. 1(2): 77-92.
- Mutlu, Erol (1994). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Tokgöz, Oya (2000). “Türkiye’de İletişim Araştırmaları Nereden Nereye?”. *Kültür ve İletişim*. 3(2): 12-30.

Ünsal Oskay ve İletişim Eğitimi

Tülin Sepetçi¹

1939 yılında Şanlıurfa'da doğan Ünsal Oskay, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde tamamladığı lisans eğitiminin ardından, ABD'de misafir yüksek lisans öğrencisi olarak aldığı iletişim eğitimi ile iletişim bilimlerinde bir duayenin doğuşunun ilk adımlarını attı. Akademik hayatı boyunca "öğrenci taraftarı" bir "hoca" olan Prof. Dr. Ünsal Oskay, "bilginin fetişleştirilmesine" kızdığı için, derslerinde ezbere bilgiyi değil, güncel örneklerle sorgulamaya yönelik bir eğitimi verdi. "Plastik akademisyenlerle" (Oskay, 2009) dolu iletişim eğitimi camiasına adını kendi bronz heykeline; Marks, Adorno, Mills ve Benjamin çivileriyle çaktı. 17 Ekim 2009 tarihinde aslında sonsuz olan serüveni için sadece yer değiştirirken, geride ondan ders alma şansına sahip olmuş ya da iletişim eğitimine yaptığı yeri doldurulamaz katkıları sayesinde onunla tanışmış öğrenciler bıraktı.

Ünsal Oskay'ın İletişim Eğitimi

Prof. Dr. Ünsal Oskay, siyaset bilimi ve gazeteciliğin ardından yöneldiği "İletişim" alanındaki çalışmalarına 1967'de başlamıştır. Türkiye'de iletişim araştırmalarının ve iletişim eğitiminin gelişiminde Ünsal Oskay'ın "ilk beşler"ın arasında sayılan doçentlik tezinin yeri büyüktür. Oskay'ın "XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım" başlıklı çalışması Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu'ndaki iletişim eğitimine yön veren, aynı zamanda iletişim alanında eğitimcilerin yetiştirilmesine de önayak olan çalışmalarından biri olmuştur (Tokgöz, 2006: 3). Oskay, 1968 yılında Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu'nda başladığı akademik hayatından itibaren, iletişim öğrencilerinin lisans ve lisansüstü eğitim düzeyinde faydalanabilecekleri birçok ders kitabı, çeviri, derleme, çeşitli bilimsel araştırmalar, makale ve kitaplar hazırlamıştır. Ayrıca Ünsal Oskay, sosyal bilimlerde kullanılan kavramların Türkçe karşılıklarının henüz oturmamış olması ve her gün bir yenisi türetilen Anglo-Sakson kökenli bilimsel terimlerin Türkçe karşılıklarının bulunmasının zorluğuna yönelik olarak pek çok eserinde kendi bulduğu Türkçe karşılıkları kullanmış; iletişim bilimleri terimlerinin Türkçe karşılıklarının benimsenmesinin önemi üzerinde titizlikle durmuştur.

Oskay, Aysel Aziz ve Oya Tokgöz ile birlikte Türkiye'deki iletişim bilimcilerin ilk jenerasyonu arasında olmasının yanı sıra, Türkiye'deki iletişim ve medya çalışmalarında eleştirel kuramın da kurucusu sayılmaktadır. 1970'li yılların sonları ve 1980'li yılların başlarında Türkiye'deki okurlara H. M. Henzensberger, T. W. Adorno ve L. Lowenthal'in siyasal duruşlarını, kültür analizlerini ve estetik üzerine tartışmalarını tanıtmıştır. Ayrıca Oskay, "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları" (1980) başlıklı çalışmasında Habermas, Stuart Hall, Kaarle Nordenstreng ve Herbert I. Schiller'in de aralarında bulunduğu Frankfurt Okulu üyelerine ilk atfı yapan yazarlardan biri olmuştur (Kejanlıoğlu, 2010: 2).

Oskay (2000a), "XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım" başlıklı doçentlik tezini daha sonra kitaba dönüştürmüştür. Oskay, kitabı "sevgili öğrencileri"ne ithaf etmiştir. Bu çalışma kitle iletişimini, Thorstein Veblen, Karl Marks, Marshall McLuhan, Sigmund Freud, Walter Benjamin ve Theodor W. Adorno gibi düşünürlerden yararlanarak analiz etmektedir. Kitap, yayım tarihi 2000 olan 4. basımında Walter Benjamin'in "Ondokuzuncu Yüzyılın Başkenti Paris'ten" ve Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno'nun "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı eserlerinden alıntılarla başlamaktadır. Kitabın girişinde ise Oskay öncelikle in-

¹ Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

sanın değişen dünyası ve iletişim sorunu üzerinde durmaktadır. Kitap üç kısımdan, her bir kısım da üç bölümden oluşmaktadır. Birinci kısmın ilk üç bölümünde 18. yüzyılın sonlarından 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar olan süreçte oluşan insanın yeni dünyasının Oskay'ın deyişiyle bir "fantazmagorya" (2000a: 31)ya dönüşmesi incelenmektedir. J. J. Rousseau'nun toplumsal eleştiride kullandığı bilişimsel anlatım ile Baudelaire ve Melville'in toplumsal yaşamı eleştirmelerindeki metaforik anlatımı incelenmiş ve bu iki anlatım tarzlarındaki farkın, sanayi toplumunun yarattığı karmaşık toplumsal ilişkilere geçiş ile ilgili olduğu ortaya konulmuştur. Bu toplumsal değişimin kitle iletişimiminin "form"larındaki ve içeriklerindeki değişimle de bağlantılı olduğunun üzerinde durulmuştur. Üretim sürecindeki yerini kaybeden kadının bu sürecin "arka kapısı"ndan nasıl tüketici olarak sokulduğu ve kadının toplumsal konumunun nasıl edilgen bir konuma itildiği tartışılmıştır.

İkinci kısımda ise Oskay öncelikle günümüz toplumlarındaki iletişim sorunlarına ilişkin yapılan bilimsel açıklamalardaki temel yetersizliğin, iletişim sorunlarını birey ile toplum arasındaki çelişkiye indirgeyerek açıklayan yazarlardan kaynaklandığını savunmuştur. Johan Huizinga ve Marshall McLuhan gibi yazarların "popüler ikonoloji" açıklamalarını değerlendirmiş ve eleştirmiştir. Özellikle McLuhan'ın teknolojik belirlemciliğini ve iletişim teknolojileri sayesinde, git gide artan bir işbölümü ve uzmanlaşmanın dünyayı küresel bir köye dönüştürdüğü ve bu sayede bireylerarası ilişkilerin daha demokratik olacağı fikrini eleştirmektedir.

Son olarak üçüncü kısımda ise Oskay, iletişim sorununu toplumsal bir süreç olarak değerlendirmekte ve kitle iletişimiminin "teknolojik ussallıkla" ne derece açıklanabileceği ve bireyin kitle iletişimi aracılığıyla toplumsal yaşamın bütününe katılmasının içeriğini irdellemektedir. Daha sonra televizyon dizilerinde ya da sinema filmlerindeki "düz şiddet" ve "pornografik şiddet gösterisi"nin toplumsal bilince etkilerinin üzerinde durmaktadır.

Ünsal Oskay, Basın ve Yayın Yüksekokulu'na asistan olarak girdikten sonra, son iki yılını "Haberleşme Teorileri" dersinin gereği gibi okutulabilmesi için yararlanılması zorunlu olan yabancı araştırmaları Türkçe'ye çevirmek ve derlemekle geçirmiştir. Bu çeviri ve derlemelerinden biri olan "Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş" adlı eseri (ilk basım 1969) Leon Festinger'dan Gordon Allport'a, Carl I. Hovlan'dan Wilbur Schramm'a dek pek çok ünlü düşünürün seçme parçalarından oluşmaktadır. Prof. Dr. Nermin Abadan Unat'a göre Oskay bu çalışmasında basın, radyo, televizyon, halkla ilişkiler ve reklamlılık konularında hem öğrencilere hem de bu konularla ilgilenen herkese son derece yararlı olan parçaları seçmiş ve bu parçaları kitle haberleşmesi ile ilgili belli bir tasnifi gözeterek sunmuştur (Oskay, 2000b: vii). Çalışmadaki eserler öncelikle haberleşme teorilerinin kavranılmasında gerekli olan sosyal psikoloji alanındaki bazı temel konu ve terimleri ele almaktadır. Ardından haberleşme sürecinin işleyişi ve etkileri, informal yollardan yürütülen haberleşme, farklı haberleşme araçlarının etkileri ve bunların farklı sosyo-kültürel özellikteki sosyal tabakalar üzerindeki etkileri aydınlatılmaya çalışılmaktadır. Son olarak çalışmanın son bölümü, güdümlü haberleşmeye dayanarak yaratılmak istenen bir kamuoyunun üretilmesinde anahtar rolü oynayan propaganda tekniklerini ortaya koyan eserlere ayrılmış bulunmaktadır.

Türkiye'de radyo ve televizyonun kalkınma alanındaki kullanım olanaklarını saptayabilme amacıyla yaptığı "Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon" adlı çalışması, sosyal bilimlerdeki farklı disiplinlerin farklı bakış açıları ile ele alınsa da, ağırlık kitle haberleşmesi kuramlarındadır. Oskay bu çalışmada öncelikle Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığının gelişim tarihçesini; ardından toplumsal, ekonomik ve kültürel anlamda kalkınmada radyo ve televizyonun getirdiği olanaklar ve sınırlamaları ele almaktadır. Fakat yazar, radyo ve televizyon yayıncılığının ülkenin kalkınmasını düzensiz, dengesiz ve dışa bağımlı bir hale getirmesinin önüne geçmenin tek yolunun toplumsal, ekonomik ve kültürel alanlarda birbirini uyumlayan, destekleyen ve dengeli bir toplum yapısını getiren bir "toplumsal gelişme" modelinin izlenmesine bağlı olduğunu ısrarla vurgulamaktadır (Oskay, 1971: 96). Oskay'ın (2001) iletişim eğitiminde önemli yer alan bir başka eseri "İletişimin ABC'si"dir. Bu eser iletişim eğitimi için adeta bir başucu kitabı sayılabilecek niteliktedir. Kitap iletişim bilimleri alanında ders gören öğrenciler için iletişim bilimleri alanına bir giriş niteliği taşımaktadır. Oskay bu eserinde iletişim bilimleri ile yeni tanışanlar için temel kavramları yalın

bir dille aktarırken, en karmaşık olabilecek iletişimsel süreçleri güncel örnekler ile destekleyerek açıklamaktadır. Kitabın en iyi taraflarından biri de açıklamalı kaynakçasıdır. Oskay bu açıklamalı kaynakçada adeta kitabın içinde küçük bir iletişim bilimleri ansiklopedisi sunmaktadır.

Sinemanın iyi gişe yapan örneklerinden yola çıkarak bilim-kurgu ve korku türündeki filmlerin nasıl bilinç endüstrisinin birer ürünü olduğunu anlattığı "Popüler Kültür Açısından Çağdaş Fantazy Bilim-Kurgu ve Korku Sineması" başlıklı çalışmasında, mitolojiden çıkıp gelen birtakım halk öykülerinin nasıl olup da günümüz korkularına dönüştüğünü ortaya koyar. Yazar bu kitabında, günümüz toplumlarında korkular aracılığıyla "edilgenleştirilmiş düşlerin" yaygınlaştırılması olgusunu incelemektedir. Ayrıca bireyin "yeni olana" ve bilinmeyene duyduğu korku ve merak gibi unsurların eskiden olduğu gibi masal ya da öykülerle değil, "bilinç endüstrisinin" yarattığı bir diğer ifade ile "fantazyalar" aracılığıyla elde edildiğine vurgu yapar (Oskay, 1994).

Oskay bu kitabında iletişim bilimleri alanıyla ilgilenen akademisyenler ya da öğrencilerin faydalanabileceği açıklamalı bir sözlük yaratır. Bu sözlükte ağırlıklı olarak yabancı kökenli iletişim terimlerinin Türkçe açıklamalarına yer verilmiştir. Ayrıca kitabın içerisinde yer verilen dipnotlar da kitabın sonunda adeta bir bölüm oluşturacak şekilde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Oskay, akademik çalışmalarında müziğin kuramsal açıdan ele alınması gerektiği konusuna da yer vermiştir. Oskay müzik tartışmalarını "Müzik ve Yabancılaşma Aristo, Hulzingo ve Adorno Açısından Bir Ön Çalışma" ve "Adorno'nun Beethoven Senfonileri Üzerine Çalışması" adlı makalelerinde Adorno'dan yola çıkarak sürdürür. Yazar, Schoenber, Bartok ve Stravinsky gibi zor anlaşılan bestecileri Adorno gibi bir eleştirmenin merceğinden inceler. Adorno'dan yola çıkarak günümüz dünyasında klasik müziğin sorunlarını tartışır, Fakat müziği tartışırken çağdaş endüstri toplumunun yapılanmalarına bağlı olarak estetik sosyolojiyi dışarda bırakmaz.

Estetik üzerine müzik ile bağlantı kuran Oskay (1995), "Estetize Edilmiş Yaşam Sanat'tan Savaş ve Siyasete Alman Faşizminin Kuramları" adlı derlemede ünlü düşünür ve eleştirmen Walter Benjamin'in içinde yaşadığımız tarihsel sürecin olumsuzlukları karşısında neler yapılması gerektiğini; tarihin akışına belirli bir oranda da olsa etkide bulunabilme imkanını görebilmemizi açıklayan özgün yorumlarını temel alan yazıları sunmaktadır. Derlemede Oskay'ın Walter Benjamin hakkında yazılmış "Walter Benjamin Üzerine" ve "Walter Benjamin'de Tarih Kültür ve Fantazy" adlı iki makalesi bulunmaktadır. Bunun dışında Ansgar Hillach'ın kitabın temel metni olan "Alman Faşizminin Kuramları" nı yorumladığı bir incelemesi vardır. Derlemenin temel metni olan "Alman Faşizminin Kuramları" Alman Faşizminin yükselişine karşı Benjamin'in getirdiği yorumlar nedeniyle eleştirel kuram literatüründe önemli bir yer tutmaktadır. Oskay'ın Benjamin'in yorumlarında özellikle altını çizdiği nokta faşizmin oluşumu ve toplum genelinde kabul görmesinde, modern toplumların kültürünün kendi işleyişinden kaynaklanan bir olgu olması yatmaktadır. Benjamin siyasetin estetize edilerek faşizme varan yönünü eleştirmektedir. Benzer şekilde "Özgürleşim Açısından Erotizm ve Porno" adlı eserinde de toplumsal yapının eleştirisini medya içeriklerindeki cinsel içerikli görüntüler ve gündelik hayat dili aracılığıyla yapmakta ve pornonun "köleleştirici" erotizmin ise "özgürleştirici" yönüne vurgu yapmaktadır.

Oskay, yalnızca kitapları ve derlemeleri ile değil, çevirileri ile de iletişim alanına katkıda bulunmuştur. Bernard Lewis'in (1997) İslamiyet'in siyasal dilinin gelişimini izlediği "İslam'ın Siyasal Söylemi"nde Arapça, Farsça ve Türkçe belgeler çözümlenerek, İslamiyet'teki siyasal düşünce ile Batılı siyaset kuramı arasındaki farklılıklar aydınlatılmaktadır. Oskay (2000a), "XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım" adlı eserinde teknolojik belirlemci yaklaşımını eleştirdiği Marshall McLuhan'ın (2005) "The Medium is the Message" adlı eserini "Yaradığımız Medya" adıyla çevirerek Türkiye'de iletişim bilimleri ile ilgilenen akademisyenlere ve öğrencilere kazandırmıştır. Amerikalı sosyolog C. Wright Mills'ın kapitalist sanayi toplumlarının çok küçük bir azınlık tarafından yönetildiği ve bu seçkinlerin gerçek iktidarı sanayi alanındaki varlıklarda bulunduğunu ortaya koyduğu "İktidar Seçkinleri", Ünsal Oskay'ın çevirdiği bir başka çalışmadır. Ayrıca Martin Jay'ın Marksizm'in otuzlu yıllardaki gelişimini, Frankfurt

Okulu'nun kuruluşu ve kuruluşundan itibaren geçirdiği süreçleri ve düşünsel evrimini anlattığı eserini de "Diyalektik İmgelem Frankfurt Okulu ve Toplumsal Araştırmalar Enstitüsünün Tarihi" adıyla Türkçeye çevirmiştir.

Ünsal Oskay'ın Stanford Üniversitesi İletişim Araştırmaları Merkezi'nde aldığı iletişim eğitimi ve "Gelişim Açısından Kültür Değişimi" başlıklı doktora teziyle başlayan İletişim Bilimleri alanında ki serüveni 17 Ekim 2009 günü sona ermiştir. Oskay, bu süre zarfında yazdığı gerek makaleler, kitaplar ve derlemelerle, gerek dünyaca ünlü düşünürlerin eserlerini Türkçeye çevirmekle, Türkiye'de iletişim eğitiminin biçimlenmesi ve aktarılmasında çok önemli bir rol oynamış; iletişim eğitimi için temel nitelikte olan eserlerini, gelecek kuşaklara miras bırakmıştır.

Kaynakça

Kejanlıoğlu, D. Beybin (2010). "A Review of Research on the Public Sphere and Audience Participation in Turkey" Cost Action Transforming Audiences, Transforming Societies.

Lewis, Bernard (1997). İslam'ın Siyasal Söylemi. Çev. Ünsal Oskay. İstanbul: Düşün Yayınları.

McLuhan, Marshall (2005). Yaradanımız Medya. Çev. Ünsal Oskay. İstanbul: Merkez Kitapçılık.

Oskay, Çınar (2009). "Babamdan Ne Öğrendim?".<http://www.radikal.com.tr>, 09.08.11.

Oskay, Ünsal (2001). İletişimin ABC'si. İstanbul: Der.

Oskay, Ünsal (2000a). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım. İstanbul: DER.

Oskay, Ünsal (2000b). Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş. İstanbul: DER.

Oskay, Ünsal (1995). Estetize Edilmiş Yaşam Sanat'tan Savaş ve Siyasete Alman Faşizminin Kuramları. İstanbul: DER.

Oskay, Ünsal (1994). Popüler Kültür Açısından Çağdaş Fantazy Bilim-Kurgu ve Korku Sineması. İstanbul: DER.

Oskay, Ünsal (1971). Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon. Ankara: Ankara Üniversitesi SBF Yayınları.

Tokgöz, Oya (2006). "Türkiye'de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi". Küresel İletişim Dergisi. Sayı 1 (Bahar).

European Journalism Education

Zuhal Gök Demir¹

Otuzüç Avrupa ülkesinden akademisyenlerin gazetecilik eğitimi üzerine yapmış oldukları inceleme, araştırma ve makalelerin yer aldığı, editörlüğünü Georgios Terzis'in yaptığı European Journalism Education adlı kitap 2009 yılında yayınlanmıştır. Toplam 540 sayfa olan kitap önsöz, giriş, sonuç ve sonsöz dışında dört bölümden ve toplam 33 makaleden oluşmaktadır. Kitapta her bölüm ayrı bir giriş yazısı ise sunulmaktadır.

İlk bölüm Kuzey Atlantik/Liberal Medya modeli ülkelerinden oluşmaktadır. Michael Bromley tarafından yazılan girişle başlayan bu bölümde Colum Kenny İrlanda'daki ve Michael Bromley ise Birleşik Krallık'taki gazetecilik eğitiminin tarihine ve gelişimine yer vermiştir.

İkinci bölüm Kuzey Avrupa/Demokratik Korporatist Medya Modeli ülkelerinden oluşmaktadır. On bir makaleden oluşan bu bölümdeki giriş Lennart Weibull tarafından kaleme alınmıştır. Johanna Dorer, Gerit Gotzenbrucker ve Roman Hummel Avusturya; Nico Carpentier and François Henderyckx Belçika; Kim Minke Danimarka; Raimo Salokangas Finlandiya; Romy Fröhlich ve Christina Holtz-Bacha Almanya; Birgir Gudmundsson İzlanda; Mario Hirsch Luksemburg; Gabriella Meerbach Hollanda; Gunn Bjornsen, Jan Fredrik Hovden ve Rune Ottosen Norveç; Marina Ghersesti ve Lennart Weibull İsveç; Thomas Hanitzsch ve Annette Müller ise İsviçre'deki gazetecilik eğitimi açıklamıştır.

Üçüncü bölüm ise Akdeniz/Kutuplaşmış Çoğulcu Medya Modeli ülkelerindeki gazetecilik eğitimi üzerine odaklanmaktadır. Stylianos Papatthanassopoulos bu bölümle ilgili kısa bir giriş yazmıştır. İlk makale Kıbrıs'taki gazetecilik eğitimi bizlere sunmaktadır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki gazetecilik eğitimi Bekir Azgin ve Mashoed Bailie; Güney Kıbrıs Rum Kesimi'ndeki eğitimi ise Nayia Roussou kaleme almıştır. Ardından Jacques Le Bohec Fransa; Thomas Siomos Yunanistan; Angelo Agostini İtalya; Joseph Borg Malta; Manuel Pinto ve Sandra Marinho Portekiz; Ramon Salaverria ve Carlos Barrera İspanya; L. Doğan Tılıç ise Türkiye'deki gazetecilik eğitimi incelemektedirler.

Dördüncü bölüm Doğu Avrupa ülkelerinde Komünizm Sonrası Medya Modeli ve gazetecilik eğitimi ele almaktadır. 12 adet makalenin bulunduğu bu bölümle ilgili giriş Karol Jakubowicz tarafından yazılmıştır. Manuela Manliherova, Minka Zlateva ve Theodora Petrova Bulgaristan; Nada Zgrabljic´ Rotar ve Djurdja Vrljevic´ Šaric´ Hırvatistan; Jan Jirak ve Barbara Köpplova Çek Cumhuriyeti; Epp Lauk Estonya; Dona Kolar-Panov ve Jana Ivanovska Makedonya; Peter Bajomi-Lazar Macaristan; Elita Plokste Letonya; Aukse Balcytiene, Audrone Nugaraitė ve Kristina Juraitė Litvanya; Lucyna Szot Polonya; Alexandru-Bradut Ulmanu Romanya; Jozef Vatrál Slovakya; Marko Milosavljevic ise Slovenya'daki gazetecilik eğitimi tanıtmıştır.

Sonuç bölümünde Kaarle Nordenstreng kitabı özetlemiştir. Jan Servaes ise sonsözü yazmıştır. Kapsam bakımından ilk olma niteliği taşıyan kitap, 33 Avrupa ülkesindeki gazetecilik eğitime dair güncel ve kapsamlı bir değerlendirmedir. Kitap öncelikle gazetecilik eğitiminin tarihini ülkeler bazında ele almaktadır. Kitapta Avrupa'da gazetecilik eğitiminin geldiği son noktada bu eğitimin hangi kurumlar tarafından, kimlere, nerede ve nasıl verildiği anlatılmaktadır. Ayrıca her ülkedeki üniversite eğitimine ve özel medya kuruluşlarının ya da gazeteciler derneklerinin sundukları eği-

1 Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

time dair bilgiler de sunulmakta ve bu eğitimlerin içeriği değerlendirilmektedir. Kitapta gazetecilik eğitiminin süresi de tartışılmaktadır. Kitaptaki bazı makaleler her yıl eğitim alan öğrenci sayılarını ve cinsiyet dağılımlarını da vermektedir. Bazı makaleler ise akreditasyonu ve Bolonya sürecine katılım ve ECTS European Transfer Credit System'i, kurumların sektörle olan ilişkisini (fon sağlama, karşılıklı akreditasyon, işe alma) tartışmaktadır. Gazetecilik eğitiminin geleceğine ışık tutacak kitap, her ülke için gazeteciliğin sosyal siyasal, ekonomik ve tarihsel bir çerçevesinin analizini de içermektedir.

Kitapta son on yıl içerisinde gazetecilik eğitiminin teknolojik açıdan önemli değişikliklere sahne olduğu vurgulanmaktadır. Özellikle yeni medyanın daha önceden hayal edilemez imkanlar sunması geleneksel basılı medyanın düşüşe geçmesine neden olmuştur. Çünkü günümüzde nüfusun büyük çoğunluğu ana haber kaynağı olarak geleneksel medyaya güvenmemektedir. Bu durumda artan ticari baskılar sonucunda medya çıktılarına geleneksel medyadan uzaklaşan gençlere daha çekici hale getirmek için haber ve eğlence kelimelerinden türetilen "infotainment" habercilik eğilimi yaygınlaşmaya başlamıştır. Gazetecilik eğitiminin değişen medya teknolojilerine ve üretim tekniklerine nasıl uyum sağlayacağı tartışma konusudur. Ancak günümüzde içerik açısından gazetecilik eğitiminin yirmi yıl öncesi ile aynı olduğunu söylemek mümkündür.

Kitap Avrupa ülkelerini dört bölüme ayırırken Hallin ve Mancini'nin (2004) geliştirdiği üç medya modelinden (Kutuplaşmış Çoğulcu Model, Demokratik Korporatist Model ve Liberal Model) yararlanmıştır. Terzis bu üç modele Komünizm Sonrası Medya Modelini eklemiştir.

Liberal modele göre medya sistemleri politika, ekonomi, kültür ve toplumla yakından ilişkilidir. Bu modelde medya ticari varlık olarak genişlemiş ve popülaritesi artmıştır. Ancak liberal ülkelerde gazetecilik iş kaygıları, işverenlerin iflası, yabancılaşmış ve parçalanmış okur kitlesi, medyanın ticarileşmesi ve standartların değişmesi gibi bazı tehditlerle karşı karşıyadır. The Irish press gibi gazeteler çok fazla okur sayısına sahip ulusal kurum olma özelliğini yitirmiştir. Bu nedenle gazetecilik mesleği hem medyanın liberal kavramlarını şekillendirmeye yardım etmekte hem de şekillenmektedir. Liberal model Anglo Saxon emperyalizmi ve kolonyalizmi aracılığıyla (Reuters, Associated Press, CNN ve BBC gibi) Avustralya'ya, Yeni Zelanda'ya, Güney Afrika'ya ve Asya'nın bazı bölgelerine ve Latin Amerika'ya ve soğuk savaştan sonra Orta ve Doğu Avrupa'ya ihraç edilmiştir. Böylece, liberal modele benzeyen küresel bir medya kültürü ortaya çıkarken, aynı zamanda paralel olarak benzer bir gazetecilik eğitim sistemi de ortaya çıkmıştır. Bu durum 2007'de ilk dünya gazetecilik eğitimi kongresinde kendini göstermiş ve kongrede ilkeler deklarasyonu benimsenmiştir. Buna göre, "gazetecilik küresel bir çabadır; gazetecilik öğrencileri de politik ve kültürel farklılıklara rağmen diğer uluslarla benzer mesleki amaçları ve önemli değerleri paylaştıklarını öğrenmelidir" (ilke 10) anlayışı kabul görmüştür. Deklarasyonda yer alan ilkeler gelişmekte olan ülkeler ve demokratiler için müfredata konmak üzere tasarlanmıştır. Nitekim gazetecilik eğitiminin liberal modeli bir yandan karşı koyma potansiyelini ve, uzlaşmayı devam ettiren, öte yandan asıl ilgi alanı var olan iş gücünün sorunsuzca yeniden üretimidir. Liberal modelde genel anlamda gazeteciler kamu adına hareket eder ve gerçekleri yazarlar. Bu modelin en önemli özellikleri gazeteciliğin dördüncü güç olması, gözcü rolü, nesnellik ve raporlamadır. Bu modelde gazetecilik sadece güce değil aynı zamanda eğlenceye de odaklanmaktadır.

Kuzey Avrupa Demokratik Korporatist Medya Modelindeki on bir ülkedeki gazetecilik için ortak bir zemin bulunmaktadır. Bu ülkelerin hepsi kentleşmiş ve çoğunun uzun bir sanayi geleneği vardır. Bu ülkeler belli ölçüde ortak tarih, din ve kültüre sahiptir. Devlet bu ülkelerde özgürlüğün bekçisi olarak, yargı ise refah devletin garantörü olarak görülür. Politika, ekonomi ve kültürdeki bu ortak yönler medya sistemlerinin gelişimine de yansımıştır. Nitekim dünya gazetecilik başkanının beşiği demokratik korporatist ülkelerdir. Bugün demokratik korporatist ülkelerdeki vatandaşlar diğer Avrupa ülkelerinden daha çok gazete satın almaktadır. Devletin direk olarak basına destek olması Almanya ve Avusturya dışında tüm ülkelerde güçlü bir şekilde görülmektedir. Bu ülkelere özgü en

önemli ayırt edicilik ise gazetecilerin meslek birliklerine ve derneklerine olan yoğun üyelikleridir. Bu profesyonel örgütler bağımsız, tarafsız gazetecilik için uğraşma anlamına da gelen ve profesyonelleşme olarak da adlandırılan gazetecilik özerkliğinin temelini oluşturmuştur.

Kuzey Avrupa'daki formal gazetecilik eğitimi savaş sonrası özellikle 1950 ve 60'lı yıllarda yeni okul ve bölümlerin açıldığı dönemin ürünüdür. Gazetecilik eğitiminin 1960'larda gelişmesinin iki nedeni vardır. İlk neden Avrupa'daki kitle medyasıdır. Radyonun ve televizyonun yükselişi ve modern basımın gelişmesi eğitilmiş gazetecilere gereksinim duyan gazeteciliğin gelişimi demektir. İş yerinde geleneksel olarak verilen eğitim artık yetersizdi. İkinci neden ise medyanın sosyal ve politik yönden artan öneminin sonucu olarak gazetecilik de bir meslek olarak algılanmaya başlamış ve bir mesleğin formal eğitim ile ilişkili olması gerektiği görüşü hakim olmuştur. Ancak akademik programlar açılrsa da iş yerlerinde verilen geleneksel eğitim yine de varlığını sürdürmüştür.

Kuzey Avrupa'da gazetecilik eğitiminin gelişimine bakıldığında üç ana aktör görülmektedir: medya örgütleri ya da gazeteci birlikleri; üniversiteler gibi kamu kurumları; politik ve dini örgütler. Medya örgütleri, gazeteci birlikleri ve üniversiteler tüm ülkelerde aktifken, politik ve dini örgütlerin rolü ulusal sistemin karakterini yansıtmaktadır. Çoğu ülkede formal gazetecilik eğitiminin kurulmasını genellikle gazeteciler birlikleri öncülük ederken, medya işverenlerinin rolünün pasif olduğu görülmektedir. Gazetecilik eğitimi için ana platform kamu eğitim programları olsa da tüm ülkelerde pek çok alternatifler mevcuttur. Özellikle Belçika, Almanya ve İsviçre'de politik dini ve sosyal gruplar da eğitim sunmaktadır. 1980'lerde ise büyük medya holdingleri tarafından özel okullar açılmaya başlanmıştır.

1950 ve 60'larda gazetecilik eğitimi yaygınlaşmaya başladığında profesyonel gazetecilik için müfredatın içeriği konusunda tartışma başlamıştır. Açılan okulların fazla kuramsal olduğu ve uygulamaya dönük ihtiyaçları karşılamadığı belirtilmiştir. Günümüzde ise medya örgütleri ve özel okullar tarafından verilen eğitimler daha uygulamaya dönüktür. Kamu üniversitelerinde de uygulamalı bilimlere artan önemle birlikte gazeteciliğin teknik boyutuna da önem artmıştır. Nitekim editöryal sürecin dijital hale gelmesiyle ve online gazetecilikle birlikte daha fazla pratik eğitime ihtiyaç duyulmaktadır.

Hallin ve Mancini (2004) ve Hallin ve Papathanassopoulos (2002)'a göre Güney Avrupa bazı önemli özellikler bakımından benzerlikler göstermektedir; düşük gazete sirkülasyonu, yandaşlık geleneği, özel medya sahipliğinin araçsallaştırılması, kamu yayıncılığının ve düzenlenmesinin siyasallaşması, özerk bir meslek olarak gazeteciliğin sınırlı gelişimi. Bu nedenle Güney Avrupa ülkeleri Akdeniz/Kutuplaşmış Çoğulcu Medya Modeli olarak sınıflandırılmıştır.

Bu ülkelerde devletin müdahalesi, özellikle de demokrasinin baskı altında olduğu dönemlerde, gazeteciliğin meslek olarak gelişimini engellemiştir. Bu nedenle her ne kadar yirminci yüzyılın son 20 yılında gazetecilik anlamında özellikle de medya sektörünün ticarileşmesiyle birlikte olumlu gelişmeler yaşansa da gazeteciliğin meslekleşmesi Güney Avrupa'da zayıf kalmıştır. Gazetecilerin özerklik iddialarının temelini oluşturan profesyonelleşme fikri, gazetecilerin belli parti, sahip ve sosyal grupların ötesinde kamu yararına hizmet ettikleri düşüncesiyle ilişkilidir.

Güney Avrupa toplumlarının politik özelliklerinden dolayı, Anglo Amerikan liberal modele benzer bir gazetecilik mesleğinin gelişmesi zor olmuştur. Çünkü gazetecilik daima içinde geliştiği tarihsel süreçleri ve güncel sosyal koşulları yansıtır ve somutlaştırır (McNair, 1998).

Gazeteciliğin profesyonelleşmesinin Güney Avrupa'da düşük olması Avrupa'daki meslektaşlarından daha az eğitilmiş oldukları anlamına gelmez. Hatta çoğu Avrupa ülkesinden daha fazla gazeteci üniversite mezunudur. Ancak mesleki birlikler ve gazetecilik dernekleri Kuzey Avrupa ülkelerindeki meslektaşları kadar güçlü değildir. Resmi sorumluluk sistemleri yoktur. Etik kodları oluşturma çabaları henüz ortaya çıkmış fakat uygulamaya konulup konulmayacağı ya da ne ölçüde olacağı tartışma konusudur.

Gazeteciliğin Güney Avrupa'da politik dünyayla olan yakın ilişkisi ve gazetelerin eğitimli elitlere yönelik olması bir bakıma diğer Avrupa ülkelerine göre gazeteciliği daha elit bir meslek yapmaktadır.

Güney Avrupa'daki haber medyasının araçsallaştırılması medyanın içeriğini özellikle de kamuya bilgi verme aracından ziyade, birbiriyle çatışan elitler arasında müzakere aracı olarak gazeteleri etkileyen klientalizm yaygınlığı ile ilişkilidir. Belli çıkarların üstünde olan kamu çıkarı bilincine ulaşmak politik klientalizmin güçlü olduğu toplumlarda zordur. Bu da profesyonelleşme kültürünün gelişimine engel olmaktadır. Bu nedenle Hallin ve Mancini'ye (2004) göre medya çalışmalarına her ne kadar Liberal model hakim olsa da Klientalizmin rolü, devletin güçlü etkisi, politik mücadelenin bir aracı olarak medyanın rolü, ortak mesleki normların zayıflığından dolayı kutuplaşmış çoğulcu modelin daha yaygın biçimde, Afrika, Orta Doğu Latin Amerika, ve Akdeniz bölgesi için uygulanabileceği söz konusudur.

Kutuplaşmış medya modeli ülkelerindeki devlet ve medya arasındaki etkileşime bakıldığında güçlü bir sivil toplum eksikliği nedeniyle çoğu Güney Avrupa toplumlarında devlet müdahalesi çeşitli açılardan görülmektedir. İlk olarak devlet sansür rolünü üstlenmektedir. İkinci olarak devlet medya girişimcisi olarak da önemli bir rol oynamaktadır. Elektronik medya tamamen devletin kontrolü altındadır, bunun dışında Akdeniz ülkelerinde devletin ticari medya sahipliği vardır. (Yunanistan'daki ANA, Türkiye'deki Anadolu Ajansı gibi).

1980'lerden sonra gazetecilik eğitimi veren özel ve kamu programların ve kurumların sayısı hızla artmıştır. Bugün ise çoğu genç üniversitelerdeki medya programlarından mezundur. Ancak siyaset bilimi ve sosyoloji gibi diğer programlardan mezun olanlar da işe alınabilmektedir.

Türkiye'deki gazetecilik eğitimini anlatan Doğan Tılıç ise Türkiye'deki teori ve uygulama dersleri üzerine bir tartışma yürütmüş ve Mutlu'nun (1998) da ifade ettiği gibi müfredatın her ikisinden oluşması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin, sahiplik yapısının geleneksel aile şirketlerinden holdinglere doğru değişmesinin ve medyanın birkaç elde yoğunlaşmasının sektörde iş kayıplarına yol açtığını vurgulamıştır. Diğer taraftan bu gelişmelerin sektör tarafından talep edilen gazetecilik niteliklerinin de değişmesine neden olduğunu ve bu nedenle farklı medyalar için haber üretebilen, haber yazarken aynı zamanda fotoğraf ve video çekebilen farklı alanlarda beceri sahibi gazetecilerin tek bir alanda uzmanlaşmış gazetecilerden daha fazla talep görmeye başladığını açıklamıştır. Sektörün iletişim ve gazetecilik eğitimi veren kurumlar üzerinde etkisi olduğundan buna göre bir müfredatın yeniden oluşacağını öngörmüş ve zaten bazı fakültelerin bu tür gelişmelere adapte olmak adına projelerde çalışmaya başladığını belirtmiştir.

Ayrıca Tılıç mevcut şartlar altında, iletişim fakültesi sayısının fazla olmasının mezunların işsizler havuzuna dahil olması anlamına geldiğini, yenilerini açmaktansa var olanların bazılarının kapatılmasının daha uygun olacağını önermektedir. Dört yıllık eğitim süresinin tartışılması gerektiğini de öne sürmüştür. Türkiye'deki ve dünyadaki iletişim alanındaki gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, iletişim fakültelerinin yeni bir vizyona ve yeni bir stratejik hedefe olan ihtiyacını belirtmiştir. Gazetecilik ve gazetecilik eğitimi içinde buldukları politik sistem tarafından şekillenir dolayısıyla farklı rejimlerde farklı roller ve fonksiyonlar üstlenir.

Komünizmin çöküşünden sonra Doğu Blok'u ülkeler gazetecilik mesleğinin liberal ve Anglo Amerikan tarzını benimsemişlerdir. Bu ülkeler kitapta Doğu Avrupa Komünizm Sonrası Medya Modeli Ülkeleri olarak adlandırılmıştır. Komünist sistemde gazetecilik eğitimi politik eğitim olarak algılanmaktaydı ve hem basın hem de yayın için propaganda teknikleri ile özdeşleşiyordu. Medya, sistemi propagandacı bir içerikle desteklemekteydi. Komünizmin çöküşüyle birlikte medya ve gazeteciler kendilerini normatif bir boşluğun içinde buldular. Eski modellerin işlemediği ve yenilerinin

ise tam olarak benimsenmediği değişen kamuoyu karşısında nasıl davranılacağına ilişkin bir karmaşa vardı. Gazeteciler arasında ise yeni kazanılan basın özgürlüğünün nasıl kullanılacağı ya da hangi yolların izleneceği konusunda bir konsensüs yoktu. Aslında gazeteciliğin fonksiyonları ve rolleri değişen toplumda yeniden tanımlanmalı ve şekillenmeliydi. Bu durum ise gazetecilik eğitimi için bu boşluğu doldurması ve gazeteciliğin yeni tanımı ve profesyonel rolü için bir fırsat yaratmıştır. Yerel okullar ve üniversiteler bu konuda yalnız değildi. Yüzlerce Amerikalı “demokrasiyi yaymak” adına doğu Avrupa ülkelerine yardım etmiştir. Komünizmin çöküşünden sonra Amerikan hükümeti ve özel kuruluşlar medyanın gelişimi için 600 milyon dolar harcamıştır.

Bu ülkelerde gazeteciler “iyi gazetecilik uygulamalarını”nın ilkelerinden ve etik olarak haber yazmaktan haberdar olsalar da bu kuralları uygulama konusunda onları teşvik eden yasal ve geleksel çerçeve hala eksiktir. Gazeteciler ve diğer medya çalışanları yeni politik elitlerden, medya sahiplerinden ve yatırımcılardan baskı, iş garantilerinin olmaması, Pazar yoğunlaşması, hiper ticarileşme, kanalların ve izleyicilerin parçalanması ile karşı karşıyadır. Tüm bunlar komünizm sonrası ülkelerdeki gazetecilik kültürünün gelişimini etkilemiştir. Söz konusu ülkelerde gazetecilik eğitimi son yirmi yılda gelişen bir endüstri halini almış ve hala kimliğini arayan bir eğitim ve araştırma alanı olarak gazetecilik eğitimi uygulama ve kuram olmak üzere iki aşamada verilmekte ve bu eğitim üzerinde tartışmalar yoğun olarak devam etmektedir. Özellikle geleceğin gazetecilerinin entelektüel gelişimleri, daha donanımlı ve eleştirel bir bakış kazanabilmeleri için siyaset bilimi, tarih, edebiyat gibi derslerin gazetecilik eğitiminde verilmesinin kaçınılmaz olduğu kabul edilmektedir. Uygulama odaklı eğitim pazarın ihtiyaçlarını giderirken, kuram odaklı eğitim ise gazeteciliği sosyal, kültürel ve siyasal açıdan beslemektedir. Aslında çoğu eğitim kurumu her iki yaklaşımın bir karışımını yapmaktadır. Bu ülkelerde gazetecilik eğitimini akademi dışında farklı kurumlar, okullar ve kurslar da verebilmektedir. Ama bu durum gazeteciliğin ortak ve yaygın bir tanımının gelişimine engel olmakta ve mesleği parçalamaktadır. Eğitimcilerin bu ortamı değiştiremeyecekleri açıktır. Ama gerekli bilgi ve beceriyle donatılmış genç gazeteciler yetiştirebilirler. Çünkü gazeteciler artık sadece bilgi sağlayıcılar değil, aynı zamanda yorumcu ve yol göstericidirler.

Sonuç olarak kitapta yirminci yüzyılda özellikle de ikinci dünya savaşından sonra, medya endüstrisinin gelişimiyle birlikte gazetecilerin sayısının önemli derecede arttığı vurgulanmıştır. Bu gelişimi Avrupa'daki tüm ülkelerde 1960'larda gazetecilik eğitiminin yaygınlaşması izlemiştir. Ancak çoğu ülkede çok fazla öğrencinin gazetecilik eğitimi alması ve çok mezun verilmesi eleştirilmektedir. Örneğin Finlandiya'daki mezun sayısı sektörün ihtiyacının iki katıdır. Benzer durum Türkiye için de geçerlidir. Kitaptaki gazetecilik eğitiminin içeriği ile ilgili en tartışmalı konu ise kuram ve uygulama ayrımıdır. Bu konu üzerine tartışmalar alan için her ikisinin de vazgeçilmez önemi anlaşılınca biraz azalmaya başlamıştır. Ayrıca kitapta gazeteciliğin geleceğinin multimedya ortamında gerçekleşeceği öngörülmektedir. Çünkü dijital medya yapılarının birleşmesi gazetecilik becerilerinin çeşitlenmesine neden olmuştur. Bu öngörü ile insanların bilmek istediği ve gazetecilerin bu ihtiyacı gidereceği yeni bir çağa yaklaştığımız ileri sürülmektedir.

Kitabın son bölümünde gazetecilik eğitiminin ulusal sınırları aşması ve ulusötesileşmesi tartışılmakta, Bu bağlamda gazetecilik mesleğinin geleceği için çokkültürlü ve uluslar ötesi “özgün” öğrenme deneyimleri, daha yaratıcı ve eleştirel yansıma, sorun çözme, bilginin sosyal müzakeresi ve işbirliğinin önemine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca gazetecilik eğitiminin günümüzde teknolojik açıdan yeterli, medya yönetimi bilgisi olan ve medya endüstrisini etkileyen pazar gücünün farkında olan bir gazeteciliği gerektirdiğinin altı çizilirken, bu koşullarda yeni bir eğitim müfredatına ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir.

Georgios Terzis'in editörlüğünü yaptığı European Journalism Education adlı kitap Avrupa'daki gazetecilik eğitimi ile ilgili genel bir tablo çizmesi bakımından önemlidir. Avrupa'daki gazetecilik eğitiminin idealleri, doğası, amacı, süreci, eğitim politikası ve müfredat gibi sorunları ele alan kitap gazetecilik eğitimindeki son yıllardaki gelişmelere ışık tutmaktadır. European Journalism Educa-

tion uluslararası iletişim çalışmaları alanındaki akademisyenler ve medya politika yapımcıları için değerli bir kaynak niteliğindedir.

Kaynakça

Hallin, C. Daniel ve Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems; Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mutlu, Erol (1998). "Tartışma: İletişim Eğitimi." *Kültür ve İletişim*. 1(2):16-27.

Hallin, Daniel ve Papathanassopoulos, Stylianos (2002). "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective.". *Media, Culture & Society*, 24(2): 175-195.

McNair, Brian (1998). *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.

Soruşturmalar

Yrd. Doç. Dr. İtör Erhat¹

Soru: Türkiye’de iletişim eğitimin sorunları ve bu sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerileriniz nedir?

İnternet gazeteciğinin yaygınlaşması, dolayısıyla tablet gazetelerin hayata geçmesi ile birlikte gazetecilik yapma biçiminin de değiştiğini görüyoruz. Bunun sonucu olarak, gazetecilerin, televizyoncuların alışlageldik kalıplardan sıyrılarak kendilerini sürekli yenilemeleri gerekiyor. Bu konuda iletişim eğitimi verenlere önemli bir görev düşüyor. Müfredatların, belki ders işleyiş biçiminin sürekli yenilenerek uluslararası teknolojiye, iletişim araçlarına uygun hale getirilmesi gerekiyor. Herkesin göremediğini gören, anlatamadığını anlatan iletişimciler yetiştirmenin yolu yeni teknolojilerle uyumlu ve sürekli yenilenen bir altyapıyı zorunlu kılıyor. İletişim fakültelerinde multi-medya ağırlık verilmesi neredeyse zorunluluk haline geldi ki, bu da kaynak ve iş gücü gerektiriyor.

Soru: İletişim eğitiminde sektör ve akademi işbirliği üzerine ne düşünüyorsunuz?

Biz sektör ve akademi işbirliğinin önemine inanıyoruz. Staj yapmak isteyen öğrencilerimiz için Doğan TV Holding, Doğuş Grubu, İPSOS KMG, İndeks İletişim, Atlantis Yapım, Beşiktaş TV ve TESEV’le ortaklıklarımız var. Ayrıca fakültemizin tüm bölümlerinde sektörden gelen yarı zamanlı hocalarımız var. Medya ve İletişim Sistemleri Bölümü’nün online gazetesi HaberVesaire sektörden gelen profesyonel editörlerin önderliğinde bölüm öğrencileri tarafından çıkarılıyor.

Soru: Günümüz küresel dünyasında iletişim eğitiminin uluslararası boyutu ne olmalıdır?

Dünyada kendinden söz ettiren ve söz sahibi bir fakülte olmanın yolu uluslararası işbirliklerinden geçiyor. Biz dünyada iletişim alanındaki gelişmeleri takip ederken, diğer yandan yalnızca takipçi değil, dünya standartlarında söz sahibi olmak için çaba gösteriyoruz. Çok sayıda Erasmus bağlantımız var. Medya ve İletişim Sistemleri Programı Liverpool Üniversitesi ile 3+1 anlaşması yaptı. Pek çok üniversite ile ortak yaz okulları, sergiler, konferanslar düzenliyoruz. Bu tür çalışmaların fakültelerin dünyaya açılma hedeflerinin gerçekleşmesi için kilometre taşları olduğuna inanıyoruz.

Soru: İletişim alanında lisansüstü eğitimin niteliği ve üretilen akademik eserlerin evrensel düzeyde yetkinliği ile ilgili olarak değerlendirmeleriniz nedir?

Akademik eserlerin sayısı ve niteliği istenilenin altında. İletişim lisansüstü programlarında bölüm müfredatına analiz ve eleştirinin yanı sıra üretimin de eklenmesi çok önemli. Öğretim görevlilerinin ve yüksek lisans öğrencilerinin araştırmaya ve yayın yapmaya özendirilmesi ve yönlendirilmesi gerekiyor.

¹ İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Prof. Dr. Mehmet Yüksel²
Prof. Dr. Zakir AvşarGazi³

Soru: Türkiye’de iletişim eğitiminin sorunları ve bu sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerileriniz nedir?

“Nasıl bir iletişimci yetiştiriyoruz?” sorusu sorulmaksızın, bir amaç, hedef belirlenmeksizin yola çıkmış ve ne yazık ki, aradan geçen yıllar içerisinde de bu karmaşanın ortadan kalkmasına yönelik bir çalışma olmamıştır. Aksine, atılan her adımla birlikte yeni yeni sorunların da kapısı aralanmıştır.

Öncelikle, sürekli olarak iletişim fakültelerinin sayılarının artırılması çok doğru bir yöntem olmasa gerek. Zira bunları besleyecek akademik kaynak olmadığı gibi, mezunların istihdamına yönelik sektörel açılımlar da yapılamamaktadır. Dolayısıyla, insan kaynakları bakımından ciddi bir israf söz konusudur. Akabinde, üniversitelerin kaynakları da yine bu şekilde atıl kalacağı biline biline harcanabilmektedir. Keza iletişim fakültelerinin müfredatlarının gözden geçirilmesi gerekmektedir. Müfredatlarda ne yazık ki, yukarıda sorduğumuz sorunun cevabını yakalayacak bir anlayışı bula-mamaktayız. Bunun için de ivedilikle iletişim fakülteleri ortak müfredat toplantısı gerçekleştirip bu sorunun cevabını aramamız gerekmektedir.

Diğer taraftan, bunlara bağlı olarak, fakültelerimizde öğretim elemanı planlaması yapılması esas-tır. Bu hususta da ne yazık ki, ciddi bir çalışma bulunmamaktadır. İletişimin interdisipliner ol-duğu gibi bir gerekçe ileri sürülerek, üniversitelerde iletişim fakülteleri akademisyenlerin kadro sorunlarının çözümü için depo fakültele dönüşme eğilimine girmektedir. İletişimin interdisipliner olması gerçeğini göz ardı etmemekle birlikte, öğretim üyesi yetiştirme süreçlerinin başlangıcında bu hususun mutlaka ele alınması yararlı olacaktır. Sözelimi, psikoloji alanından birisinin yüksek lisansını veya doktorasını iletişimle ilgili bir alanda yapması suretiyle alana dâhil edilmesi mantıklı olacaktır. İletişim fakültelerindeki bölümlerin son derece yapay ve bürokrasi üretmeye dönük oldu-ğu kanaatindeyiz. Bunun yerine ana bilim dallarının, mezuniyette salt fakülte diplomasının yeterli olacağı açıktır. Öğrencilerin, öğrenim hayatlarında kendilerine müfredattan “patikalar” seçmek suretiyle yön vermeleri, bu tür statik bölümlenmelerden daha yararlı olacaktır.

Soru: İletişim eğitiminde sektör ve akademi işbirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

Fakültelerin meslek yüksekokullarından farkı, akademik bilgi yoğun bir atmosferin hakim olmasıdır. Kuşkusuz ki, mezunlarımızın gelecekleri önemlidir. Çalışma hayatı içerisinde yer alabilmeleri bazı pratikleri ve deneyimleri edinmeleri gerektirmektedir. Bunun için de dengeli bir müfredat yine karşımıza çıkmaktadır. Öğrencilerimize öğrenim hayatları süresince ciddi bir rehberlik ve danış-manlık verilmesi, kariyer planlama ve mesleki yönelime dair bilinçlendirme çalışmalarının olması esastır. Bunun için de öğrencilerimizin sektörlerle ilişkilerini, kurumsal olarak koordine ve takip edebileceğimiz, sürdürülebilir kılacağımız bir ortam oluşturulmalıdır.

Soru: Günümüz küresel dünyasında iletişim eğitiminin uluslar arası boyutu nasıl olmalıdır?

Öğrencilerimizin öncelikle yabancı dillere hâkim ve küresel düzeyde olan biteni takip edebilecek nitelik ve yeteneklere sahip olması için müfredatın gözden geçirilmesi gerekmektedir. Öğrenci-lerimizin pek çoğu ne yazık ki, lise ve dengi okullardan üniversiteye gelinceye kadar yeterli ve nitelikli yabancı dil bilgisi almadan gelmektedir. Bu nedenle, pek çok dilde hazırlık sınıfının olu-şturulması önemlidir. Diğer yandan öğrencilerimizin uluslararası ilişkiler ve küresel gelişmelerden

² Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

³ Üniversitesi İletişim Fakültesi

daha yoğun bilgilenmesi ve ilgi sahibi olması için program düzenlemelerine gidilmelidir. Yine bu bağlamda, uluslararası öğrenci değişim programlarından azami derecede yararlanmak şarttır. Öğrencilerimizin ülke içinde ve dışında kendi programlarında farklı akademik birimler içinde bulunabilmelerinin imkânları artırılmalıdır.

Soru: İletişim alanında lisansüstü eğitimin niteliği ve üretilen akademik eserlerin evrensel düzeyde yetkinliği ile ilgili olarak değerlendirmeleriniz nedir?

Genel olarak iletişim alanındaki lisansüstü ve doktora programları da lisanstaki sorunlarla ma-luldür. Özünde bir dağınıklık ve eşgüdüksüzlük söz konusudur. Programların mutlaka gözden geçirilmesi, hem ulusal ölçekte, hem uluslararası standartlarda yakınlaştırılması elzemdir. İlk soruda önerdiğimiz ve yapılmasını gerekli gördüğümüz müfredat toplantısında bu hususların ele alınmasında yarar olacaktır. Kuşkusuz ki, akademik hayata hazırladığımız öğrencilerimizin önemli bir kısmının evrensel düzeyde bilgilere de açık, başarı düzeyi yüksek, en az bir yabancı dili olan nitelikli insanlar olduğu görülmektedir. Doğal olarak eldeki böyle bir insan kaynağının daha iyi şartlarda ve hedeflerle hazırlanması önem taşımaktadır.

Prof. Dr. Oğuz Makal⁴

Soru: Türkiye’de iletişim eğitiminin sorunları ve bu sorunların giderilmesine yönelik çözüm önerileriniz nedir?

Türkiye’de iletişim eğitiminin temel sorunlarından biri çoğu üniversitede Radyo-TV, sinema, gazetecilik, iletişim tasarımı alanının sorunlarına yanıt verecek, öğrencinin kendisini geliştirebileceği uygulama olanağının olmamasıdır. Teknolojinin hızlı gelişmesi sonucu, TV, bilgisayarlar ve internet-web uygulamalarının yaygınlaşması artık iletişim şekillerimizi değiştirmiş, bunlara yenileri sosyal medya vb. kavramlar eklenmiştir. Bugün bilişsel görsel-işitsel, kali-grafik, organizasyon ve sanatsal iletişimin en yaygın ve yoğun olduğu bir evreye girildi. Oysa bir kaç üniversite dışında iletişim fakültelerinin çoğunda yeterince TV, fotoğraf, çekim-fotoğraf-kurgu stüdyosu gibi alt yapı, araç gereç eksikliği bulunmakta ya da olanlar öğrenci sayısına yanıt vermemektedir. Bu nedenle birçok öğrenci fakültesini bitirirken yaşam koşullarının istediği bilgi-deneyim eksikliğiyle alana çıkmaktadır. Öğrenci hem bu süreçte hem okul sonrası hayal kırıklığı yaşamaktadır. Öte yandan konferans, panel, work shop’larda alanın uzmanlarıyla öğrenci sık sık karşı karşıya gelememektedir. Bütçesi olmayan üniversiteler bu araç gereç ve donanımları yerel şirketler için reklam filmleri çekerek, projeler yaparak, danışmanlık yaparak belki sağlayabilir; HIT ve Reklamcılıkla ilgili Dernek-Vakıflar ile işbirliklerini geliştirebilir.

Bir çok fakültede sınıfların kalabalık olması nedeniyle verim düşmektedir. Üniversite yönetimleri ikna edilerek, küçük sınıflar oluşturulması, küme-atölye tarzı çalışmaların yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Soru: İletişim eğitiminde sektör ve akademi işbirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

İletişim eğitiminde sektör ve üniversite işbirliği gereklidir, CO-OP benzeri programlarla öğrencilere önem vermeli, öğrencileri profesyonel bir iletişimci olarak yetiştirme olanakları araştırılmalıdır; ayrıca sağlık, turizm, spor vb gibi alanlarda daha özel, zenginleşmiş derslerle eğitim yapmak gereklidir; sektörden ve kurumlardan profesyonellerle workshoplar ve çeşitli çalışmalar yoluyla biraraya gelmeleri sağlanmalıdır.

Soru: Günümüz küresel dünyasında iletişim eğitiminin uluslar arası boyutu nasıl olmalıdır?

İletişim bir paylaşma (ve demokratikleşme sürecine katkıda bulunma) eylemidir⁵. Sadece kendi ülkemiz içinde değil, kültürel yapımız, değer ve tutumlarımızın taşındığı uluslararası alanda da ilişkiler kurmak, yurt dışında kardeş okullar sağlamak zorunluluktur. İletişim eğitimi veren fakültelerin yabancı üniversitelerle işbirliklerini artırarak bilgi, kültür ve teknoloji değiş-tokuşu yapmaları küresel dünyaya uyumları açısından bir gerekliliktir. Uluslararası İletişim Birlik ve Derneklerinin işbirliğiyle İletişim Fakültelerine özel öğrenci değişim programları -Erasmus programından yararlanma hedefiyle birlikte- oluşturularak, platforma üye fakültelerin öğrencilerinin mesleki bilgi, beceri ve yetkinliklerinin artması sağlanırken, farklı kültürleri de algılamaları-paylaşmaları sağlanmış olacaktır.

Soru: İletişim alanında lisansüstü eğitimin niteliği ve üretilen akademik eserlerin evrensel düzeyde yetkinliği ile ilgili olarak değerlendirmeleriniz nedir?

4 Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

5 Türkiye'nin GSYİH'da 16'ncı, İnsani Kalkınım Endeksi'nde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nca hazırlanan HDI)

83'üncü, İş Yapma Kolaylığı Endeksi'nde 65'inci, Dünya Rekabetçilik Endeksi'ndeki 61'inci sıradaki yerini de dikkate almak gerekli.

Lisansüstü İletişim eğitiminde istenen nitelikte uluslararası literatüre katkıda bulunacak çalışma çok az bulunmaktadır. Çalışmaların çoğu yabancı yayınların çevirilerinden-derlemelerinden oluşmaktadır. Lisansüstü eğitimin daha yaratıcı düşünmeye, bize ilişkin sorunların çözümlerini araştırmaya, öneriler getirmeye yönelik olması gerekmektedir.

Röportajlar

Prof. Dr. Raşit Kaya¹

Günümüzde Türkiye'deki iletişim eğitimi ana hatlarıyla ele alacak olursak neler söylediniz?

İletişim öğretim ve eğitimi ya da iletişim fakültelerinde durum nedir gibi bir genel değerlendirme yapmak gerekirse bunun birkaç düzeyde ve tarihsel bir perspektif içinde ele alınmasının yararlı olacağını düşünüyorum. Ayrıca böyle bir söyleşide, teorik bir takım geliştirmeler yapmanın pek de anlamlı olamayacağını buna yeterli yer bulunamayacağını düşünerek o tip konulara daha dolaylı ve kısaca değinip Türkiye'de iletişim öğretiminin geçmişinden bu yana bir muhasebesinin yapılarak onun nasıl kurumsallaştığı üzerinden bir takım değinmelerle, kişisel bir takım anekdotlarla bu alanda daha sonra araştırma yapacak başkalarına, bu alanda öğrenim görenlere yararlı olabilecek bilgilere ulaşılmasında yardımcı olunabilir diye düşünerek, bu şekilde bir çerçeve çizerek başlamak isterim.

Türkiye'de iletişim eğitimi dediğimiz konunun bir akademik disiplin olarak öğretilmesi, eğer İstanbul İktisat Fakültesine bağlı iki senelik gazetecilik enstitüsünü saymazsak, Ankara'da 1965'de öğrenimine başlayan Siyasal Bilgiler Fakültesi, Basın Yayın Yüksek Okulu ile başlar. Saymazsak dedim çünkü bu gazetecilik enstitüsünün aslında bugün bizim anladığımız anlamda iletişim alanını kendi başına bir disiplin olduğu konusunda artık tartışma aşılmış vaziyette ve iletişimin bir akademik disiplin ve inceleme alanı ve de tabii bir ciddi sektör etkinlik alanı olarak kabulü çağdaş, karmaşık dünyamızda tartışılmayacak bir olgu. Ama çok da uzun olmayan bir geçmişte bu böyle değildi. Gazetecilik enstitüsü aslında iletişim eğitimi veya gazetecilik eğitimi yapmak yerine bir takım kamu görevlilerinin kendi mesleklerinde yükselebilmeleri için, araç diye nitelendirilen bir yüksek öğrenimdi. Bu değerlendirme benim değerlendirmem değil, bu değerlendirme benim de siyasal bilgiler fakültesinin bir öğrencisi olarak Ankara Basın Yayın Yüksek Okulu'nun açılışında, açılış dersini veren Burhan Felek'in. Felek, o zaman gazeteciler cemiyeti başkanıydı ve şehrin muharriri olarak tanınıyordu, bu onun o dönemki saptamasıydı. Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi İletişim alanında Basın Yayın Yüksek Okulu Türkiye'ye bu anlamda ciddi ilk üniversiter kuruluşur dedik, ama bu kuruluşun ilk önerildiği yer Orta Doğu Teknik Üniversitesi'dir. Ve şu anda içinde bulunduğumuz idari bilimler fakültesi çerçevesinde kurulsun istenmiş, o zamanın fakülte dekanı Arif Payaslıoğlu'ndan bizzat duyduğuma göre bu öneri reddedilmiş. Gerekçesi o dönemde Türkiye'de ve ODTÜ'de böyle bir öğretimi yapabilecek yeterli kadronun ve de donanımın olmadığı, üstelik bunun İngilizce yapılmasının da algılanır olmadığı şeklindeki düşüncesi olmuştur. Buna karşılık Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Nermin Abadan Unat hocamızın da girişimleriyle UNESCO tarafından önerilen bu projeye sahip çıkmış ve A.Ü. bünyesi içerisinde siyasal bilgileri fakültesine bağlı bir yüksek okul olarak, Basın Yayın Yüksek Okulu kurulmuş. İlk kurumlaşma bu şekilde başlıyor. Bunun böyle olmasının bir nedeni UNESCO'ya o dönemde yön veren bir düşünce var. O da iletişimin, kitle iletişimimin ulusal kalkınma da sahip olduğu önem ve üstlendiği rol. Bunu sağlamak için ülkelerin iletişim sistemlerini geliştirebilmeleri, bunu sağlayacak elemanları yetiştirmeleri için de yüksek öğrenim kurumlarına da ulaşmaları. Dolayısıyla bu düşünce bu şekilde kurumsallaşmış. Bir de buna ek olarak Türkiye'deki üniversitelerin kendi kurumsal yapılarının dayattığı yapısal zorluklar eklenmiş ve böylelikle bir yüksek okul olarak kurulmuş. Niçin yüksek okul olarak kurulmuş? Çünkü o dönemde üniversitelerde bölüm anlayışı söz konusu değil. Fakültelerin içinde bölümler yok. Bunun ötesinde iletişime bu sözünü ettiğim paradigma çerçevesinde yön veren akademik kuruluşlar daha çok ABD. kökenli ve UNESCO'ya yön verenler de zaten ABD. eğilimli yöneticiler. Ancak işte o dönemde Hıfzı Topuz'un UNESCO'da ciddi bir üst düzey görevi olmasından kaynaklanarak, Türkiye'de böyle bir olanak sağlanmasını isteniyor, işte böyle iki zorunlulukla, bir yüksek okul olarak, bir fakülte bünyesinde oluşuyor. Aslında doğru olan, bir fakültede bölüm olarak yapılanmasıydı. Bu ilk yapılanmadan sonra tabii ki ne var, siyasal bilgiler fakültesinde konunun sosyal bilimin temel alanlarındaki gereken dersler siyasal bilgiler fakültesindeki öğretim üyeleri tarafından rahatlıkla verilebiliyor. UNESCO teknik yardım çerçevesinde,

1 Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Siyasal Bilimler ve Kamu Yönetimi.

mesleki dersleri verecek yabancı uzmanlar bulunuyor. Böylelikle başlangıçta oldukça nitelikli bir öğrenim yapıldığını söylememiz mümkün. Daha sonraki aşamada Türkiye’de özel yüksek okullar çerçevesinde gazetecilik yüksek okullarını görüyoruz. Gazetecilik yüksek okulları aslında, eğitim verme öğretim yapma iddiasında oldukları alanda ciddi katkı yapacak bir kurumsallaşmayı hiçbir zaman gösteremediler. Burada daha çok ne ile karşılaştık, yüksek öğretime giriş şimdiki kadar, zor ve geniş kapsamlı sınavlarla olmasa da sınavla oluyordu ve bu sınavlarda pek de başarılı olmasalar da, maddi durumları iyi olanlara yüksek öğrenim diploması kazandırmak için açılmış, yüksek öğrenim kuruluşları olmaktan pek de öteye gidemedi gazetecilik yüksek okulları. Ama daha sonra anayasa mahkemesi tarafından bu yüksek okulları anayasaya aykırı bularak iptal edilince, bu okullar kamulaştırılarak üniversite bünyelerine alındı, üniversite yapılarının içine entegre edildi. Bu karşımıza neyi çıkardı? Ankara’da İstanbul’da Ankara SBF Yüksek Okulunun yanı sıra, Ankara ve İstanbul’da basın yayın yüksek okullarını çıkardı. Ama Ankara’daki ilk Basın Yayın Yüksek Okulu bile daha henüz kendi kadrosunu tamamlanmamışken ki bu kadroların fazla sayıda alanda özel uzmanlıklarının olmadığı gibi, sosyal bilimlerin temel alanlarında da yeterli olmadıkları söylenildiği halde, yapılmayacak kurumlar içinde dahi Basın Yayın Yüksek okullarının oluşturulması gibi bir sonuç ortaya çıktı. Tabii bu da yetkin eğitim ve öğretim programlarının geliştirilmesini engelledi. Bu ilk aşama, ikinci bir aşama, iletişim eğitim ve öğretiminde, YÖK ile birlikte bu basın yayın yüksek okullarının iletişim fakültelerine dönüştürülmesi. Bir anda, üniversiteler bünyesinde yüksek okul olarak örgütlenmiş, kendi kadrolarına yeterince sahip olamayan, konularında uzmanlaşmış öğretim kadrosunu oluşturmamış kurumlar olarak meslek yüksek okulları bir anda fakülte düzeyine çıkarıldı. Bundan sonra bir başka aşama geliyor gündeme. Yüksek Okulların Fakülte düzeyine çıkarılmalarıyla birlikte alanda lisansüstü eğitime geçildi. Lisansüstü eğitime geçilirken akademik değerlendirmeler dışında idari bir takım kaygılarla hareket edildi. Nedir akademik değerlendirmeler? Örneğin ben kısmi zamanlı bir öğretim üyesi olarak Ankara İletişim Fakültesi’nde ders veriyordum, dolayısıyla da akademik kurullarında da yer alıyordum. Orada hep şunu savundum: lisansüstü, özellikle doktora öğrenimi yapılacaksa, tek bir iletişim doktorası olur, burada sosyal bilimlerin temel alanlarına göre, tarih, sosyoloji, ekonomi, hukuk gibi alt dallara bölünmesi söz konusu olur. Oralarda yetiştirilecek öğrenciler uzmanlaştırılır. Ama bu kabul görmedi bunun yerine idari yapılanmanın kaygılarıyla ne yapıldı, bugün görüntüyü ortaya çıkaran her bölüm yüksek lisans ve doktora eğitimi veren bir ana bilim dalı olarak kabul edilerek, gazetecilik doktorası, radyo televizyon doktorası, halkla ilişkiler gibi doktoralar belirlendi. Bunları haklı çıkarmak için kullanılan gerekçe ise idari kadro bulmak, eleman sayımızı artırabilmek için biz böyle farklı anabilim dalları kurmak zorundayız denildi. Yani akademik bir değerlendirmeden kalkarak lisansüstü bir eğitim kurgulanmadı Türkiye’de, bu tahayyül edilmedi. Onun yerine idari yapılanmanın zorladığı bugünkü yapılanmaya gidildi.

Bir üçüncü aşama, iletişim alanında lisansüstü çalışmalar ilerledikçe doçentlik alanında iletişime de yer verilmesi olmuştur. Bu daha çok pragmatik yönleriyle, oradaki performansıyla dikkati çeken şimdiki Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen Hoca’nın Anadolu Üniversitesini Rektörlüğü’ne denk geldi. Büyükerşen Hoca açık öğretimi de örgütleyen, sürdüren üniversitesinin gereksinimleri çerçevesi içinde, pratik uygulama diye nitelendirilen alanlarda istihdam ettiği çok sayıda adayı doktora diploması aldıklarında, akademik kariyerde yükselebilmeleri için bir kapı açmak istedi ve onun ağırlığıyla bu seferde akademide doçentlik alanı diye iletişimin değişik alanlarından alanlar kuruldu. Bütün bunlar şunu getirdi: İletişim fakülteleri oradaki akademik kadroların oluşumu, formasyonunu oluşturmaları, sosyal bilimlerin temel alanlarından iyice uzaklaşarak aralarına mesafe koyarak yetişen kişilerden akademisyenlerden oluşan bir kadrolaşmayı getirdi. Böylelikle günümüzde iletişim fakültelerinde, Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu’nun ilk günlerinde tanık olduğumuz durumdan çok farklı bir konuma ulaşıldı. Yani sosyal bilimlerin temel alanlarında formasyon sahibi olan akademisyenler yerine, başından itibaren çok dar bir disiplin olarak karşımıza çıkan iletişim alanı ve onun kendi içinde uzmanlaşmalarında yoğunlaşmış akademik kadroların ağırlıkta olduğu fakülteler bu da tabii iletişim eğitim alanının eğitim ve öğretiminin çok daha farklı bir biçimde kurgulanmasına ve bunun yapılanmasına yol açan

ciddi bir etmen oluyor. Buna bir de Türkiye'deki üniversitelerin yapılanışı içinde akademik terfilerin alınması, kadroların elde edilmesinin getirdiği dayatmaları katmak gerekiyor. Böyle olunca da karşımıza çıkan, sosyal bilimlerin temel alanlarından daha da uzaklaşan iyice daraltılmış, kendi içinde çok özgün bir iletişim alanı kurgulayarak o iletişim alanında yayın yapma ve atanma terfi koşullarını yerine getirme çabasında olan bir akademik kadro. Bütün bunların bir sonucu olarak iletişim fakültelerinin ders programları da o iletişim fakültelerindeki kadroların niteliğine uygun olarak, yani zorunlu olarak akademik kaygıların ötesinde daha çok idari yapılanmanın gereklerinin yönlendirdiği biçimde oluşan, o akademik kadronun formasyonuna uygun formasyonlar iletişim fakültelerine hakim olmaya başladı. Burada bir parantez daha açmak lazım; hemen küçük bir anekdotu tarihe bilgi notu olarak düşelim. 80'li yılların ikinci yarısıydı, bana bir milletvekili tanıdığım telefon etti, "milli eğitim komisyonunda toplantı halindeyiz, önümüzde bir yasa teklifi var ve bu yasa teklifi Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde bir iletişim fakültesi kurulmasını öngörüyor ve bir karar vermeden önce senin de fikrini almak istedik" dedi. Yakından tanıdığım birisi olduğu için böyle bir gereksinim duymuş. Ben kendisine teşekkür ettim ama böyle bir tekliften haberim bile olmadığını söyleyip "bana biraz zaman tanıyın, ben ODTÜ içinde bir araştırma yapayım" size önerim dedim. Ve hemen ODTÜ'nün o zamanki rektörüne telefon ettim, biraz da sitemkâr "biçimde, ODTÜ'de böyle bir oluşum var, böyle bir girişim söz konusu, bu konuda bana hiçbir şey danışmadınız, sormadınız" dedim. Fakat asıl şaşırın rektörün kendisi oldu. Çünkü onun da haberi yoktu. Birlikte o milletvekiline döndük ve teklifin ciddi olduğunu anladık. Meğerse kendi YÖK başkanlığı döneminin sonuna gelmiş olan İhsan Doğramacı "Bilkent'te böyle bir iletişim fakültesi tutar mı?" diye düşünüyormuş. Bunun da deneyini yapmak için araçlarıyla meclise böyle bir kanun teklifinde bulundurtmuş. Durumu öğrenince ODTÜ'nün içinde böyle bir değerlendirme yaptık. Öncelikle benim fikrim soruldu ve ben de onlara şöyle bir yanıt verdim: "Bugün (o tarihler için geçerli olan rakam) Türkiye'de 6 tane iletişim fakültesi var. Bu iletişim fakültelerinin akademik kadroları bile yeterli değil. Bu ek olarak 6 iletişim fakültesinin mezun ettiği öğrenci sayısı da bana göre Türkiye için şu aşama da yeterli, belki de daha da fazla. Dolayısıyla yeni bir iletişim fakültesi kurulmasına hiç gerek yok. Üstüne bunun ODTÜ'de ve İngilizce eğitim yapılabilecek bir biçimde oluşturulmasının koşulları da yoktur. Çünkü böyle bir şey kurulduğunda hemen öğrenci alınması talebi gelecektir siyasi baskı olarak, ama öğretime başlayabilecek kadroları oluşturabilmemiz için çok daha uzun bir zamana ihtiyacımız var" dedim. Bu gerekçeleri söyledim ve sanırım ODTÜ'dekileri ikna ettim. ODTÜ'nün görüşü olarak bu kanun teklifinin geri çekilmesi sunuldu ve teklif geri çekildi. Şimdi kaç tane iletişim fakültesi olduğuna biliyoruz ben altı tanesine fazla derken. Bugün Kıbrıs'takileri saymazsak bile sayıları kırkı geçti.

Dolayısıyla yüksek öğrenimin yine akademik ve yine sektörün tırnak içinde "gereksinim ve kaygılarından bağımsız Türkiye'de iletişim fakülteleri oluşmuştur. Şimdi bu iletişim fakültelerinin büyük bir kısmının eğitim ve öğretim açısından, programlarının nitelikleri açısından yeterli olmadığını, çok ciddi sorunlu olduğunu söylemek yanıltıcı olmayacaktır. Ama daha da önemlisi, önemli bir kısmının, tam anlamıyla facia olduğunu söylemek gerekiyor. O kadar ki gerçek anlamıyla iletişim alanında formasyon edinmiş akademisyenlerin bulunmadığı birçok fakültede öğrenim yapılıyor, mezun veriliyor, ders programları var, ama bunları ciddi bir akademik değerlendirmeden geçirmek mümkün değil. Çünkü zaten ortada formasyona sahip öğretici kadro yok ise, o zaman programı beklemek gerçekçi olmayacaktır. Dolayısıyla günümüzdeki temel sorun bu. Bir de tabii buna Türkiye'deki kurumsal baskılardan kaynaklanan durumu eklemek gerekir. Bu da nedir? İletişim alanı, iletişim alanında konvansiyonel yaklaşımlar ya da ana akım dediğimiz yaklaşımlar uzun süre egemenliğini kurmuş iken, yetmişlerden sonra eleştirel yaklaşımlar iletişim alanında devreye girdi. 1970'lerle birlikte eleştirel yaklaşımlar iletişim çalışmalarına yeni bir soluk kattı, yeni bir çeşni kattı. İletişim alanının bir akademik disiplin olarak oturmasına, olgunlaşmasına, zenginleşmesine büyük katkılarda bulundu. Bu çerçevede ekonomi politik dediğimiz yaklaşımlar daha ağırlıklı bir görünüme kazandı. 80'li yıllarda iletişim alanının yapılanmasında ve bütün dünyadaki değişimle paralel olarak neoliberalizmin kurduğu bir hegemonya sonucu akademik çalışmalar ciddi etkillemeler geçirdi. Bunlar daha çok akademik dünyada ya niceliksel yönleri ağır basan çalışmalar başat bir özellik kazandı içerik analizleri vs. ya da o dönemin bir başka özelliği olarak tüm sosyal bilimlerin

temel alanlarında damgasını vuran yaklaşımlar çerçevesi içinde niteliksel söylem analizleri, içerik analizleri iletişim alanındaki akademisyenlerin ağırlıklı çalışma alanlarını oluşturdu. Böyle bir ortamda Türkiye’de akademik terfi almak, kadroya atanmak gibi biraz önce sözünü ettiğimiz diğer akademik kısıtlar, zorlamalar da eklenince Türkiye’de iletişim fakültelerinin, genç yeni yetişmekte olan kadroları kökenleri itibarıyla sosyal bilimlerin temel alanlarında esasen bu kadar uzak yetişmişken, şimdi kendileri daha da uzak olarak çalışmalarını yapmaya başladılar. İletişim alanının kendine özgü bir disiplin olması, iletişim fakültelerinin bu konuda onlara bir meşruiyet alanı sağlamış olmasından da yararlanarak, sosyal bilim alanından kopuk, iletişimin gerektirdiği o bütünlükten uzak, kendine özgü dar çalışma alanı çerçevesi içinde, akademik terfiler almak için yayınlar yapmaya başladılar. Bu türlü kendi formasyon alanını oluşturmuş öğretim kadrolarının yetiştirdiği öğrenciler de yine böyle daraltılmış, sosyal bilimlerin temel alanlarıyla mesafeli öğrenciler olarak yetişmeye başladılar. Bu da günümüzde niteliksel çerçevede sosyal bilim alanlarıyla aralarına konan bu mesafe iletişim alanını, o alanda var olan akademik programları, lisans düzeyinde de, yüksek lisans ve doktora düzeyinde de akademik düşünce alanının içinde dar bir yere yerleştirdi, sığlaştırdı, sonunda sosyal gerçekliği kavramaktan uzak oluşturulan akademik programlarla gerçekleştirilen iletişim eğitime dönüşü.

Burada tabii hemen başka bir konuya geçebiliriz. Bu dönüşümü yönlendiren, teşvik eden bir başka faktör daha var. O da iletişim alanı elbette önce bir sosyal bilimdir, akademik disiplindir, alandır. Ama aynı zamanda iletişim bir faaliyet alanı, bir etkinlik, koskocaman, büyüyen, başat hale gelen bir sektör. Dolayısıyla bu sektör çerçevesi içinde iletişim sadece bir akademik bir disiplin olmaktan çıkıp, edinilmesi arzulanan, gereken bir beceri olarak da değerlendirilmeye başlandı. İletişim fakültelerinde iletişimin kapsamını daraltan türden akademik üretimler yapılırken, öte yandan iletişimin bu beceri boyutuyla ilişkili olan, özellikle de sayıları artmış bu kurumlardan mezun olacakların gelecek kaygılarının, iş beklentilerinin karşılanmasının hedeflenmesi gibi meşru bir nedeni olan ortamdaki söz etmek gerekir değerlendirmemiz içinde. Buradan da uzak kaldık. Niçin uzak kaldık? Çünkü o hibrit yapı, o ikili melez yapı, uygulamaya yönelik kadrolaşmayı, o yöndeki donanımları da iletişim fakülteleri yeterince sunmadı. Yani sosyal düşünür anlamında akademik kadroları yeterince yetiştiremediğimiz, yetiştirdiklerimizi giderek dar bir çerçevenin içinde derinleşmeye, uzmanlaşmaya zorladığımız bu kurumsal yapıyla, fakülte olarak örgütlenmeyle meslek yüksek okulu olarak örgütlenmenin ayrışmasına gidememekten kaynaklanan nedenlerle sektörde gereksinim duyulacak ara iş gücü elemanların yetiştirilmesine yönelik programlar da oluşturamadık. Çünkü öğretim kurumuna, bu donanımı vermedik, iki bu donanımı bir formasyon olarak öğretime dönüştürecek öğretici kadroları da yetiştiremedik. Böyle olunca bu yönden de günümüzdeki iletişim fakülteleri hem kurumsal yapıların hem Türkiye’deki başka akademi dışı kurumların zorlamasıyla çok ciddi, ne olduğu belli olmayan, şekilsiz, kendi vokasyonunun ne olduğunu tanımlayamamış kurumlar olarak varlıklarını sürdürüyorlar. Ciddi bir kimlik bunalımı var. Bu ciddi kimlik bunalımı yapısal yeni düzenlemelerin olanağı olmadığı sürece de, neşter vurularak çözülebilecek yeni yapılanmalara da olanak tanıyor. Bunu söylerken herhangi bir ayırım da gözetmek istemiyorum. Şu anlamda: kimisi tırnak içinde gelişmiş iletişim fakültesi olarak tanınıyor tarihi, büyük şehirde olmasından dolayı vs. kimisi gelişmekte olan olarak tanıyor ama hiç birisinin kadrosu yeterli değil. Bugün en eski, en köklü Ankara İletişim Fakültesi öğretim kadrosu açısından çok ciddi sıkıntılar içinde. Yerine yenilerini yetiştirme konusunda çok sıkıntılı ki yeni yetişenlerin de düşünce ufukları sosyal bilimlerin temel alanlarında oldukça kopuk, çok özel iletişim olarak nitelenen ama kimlik bunalımı yaşayan bir biçimde gerçekleşiyor. Böyle öğretim kadroları oluştururken bile sıkıntı çekiliyor. Var olan kadroları da giderek kaybediyorlar. Kimi doğal ayıklanma süreci, nasıl ayıklanma süreci yaşanıyor? Vakıf üniversiteleri olarak bilinen yüksek öğretim kurumlarında çok sayıda iletişim fakültesi kuruluyor buralara kan kaybı oluyor. Bir de sektörün gereksinimleri diyerek, o alanda öğrenim görececek genç insanlara garantiler verebilecek bölümler, programlar karşımıza çıkmaya başladı. Şimdi devlet üniversitelerine tanımayan bir olanak olarak bu vakıf üniversitelerinde iletişim fakülteleri dışında da iletişim bağlantılı alanlarda öğrenim yapma olanağı, bölümler şeklinde örgütlenerek verilmeye başlandı. Alanlar iyice daral-

tilarak ara iş gücü olma niteliğinin ötesinde temel sosyal bilim formasyonu ile hiç tanışmamış çok sayıda genç insanı iletişim alanının gelecekteki uzmanları olarak yetiştirme vaadiyle açılmış birçok bölüm var. İstanbul'da bu daha yaygın ama sadece İstanbul'a özgü değil. Başka kentlerde de, bu vakıf üniversitelerinin olduğu kentlerde de bunu karşımızda görüyoruz. Bunda tabii iletişim alanında "neyi nasıl yetiştirecek? Neye ihtiyaç var?" oturup bir genel muhasebe yapmayı, bu kimlik sorunlarına neşter atmaya, olanak vermeyen bir kaotik durum yaşıyor. Maalesef bu böyle ve ben bunları böyle de olsa, başka biçimlerde de olsa hep başka platformlarda dile getirmeye çalıştım. Bunları ben tabii daha rahat söyleyebiliyorum. "Niye daha rahat söyleyebiliyorum?" Çünkü akademik formasyon olarak, ilgi alanım olarak kitle iletişim alanı da benim ilgi alanlarımdan biri tek uzmanlık alanım değil, benim esas konum siyasal teoridir, doğentlik alanım. Profesörlük siyaset bilimi ve yönetim bilimleridir. Lisansta uluslararası ilişkiler okudum. Dolayısıyla dışardan farklı bir yapılanmanın içinden bakan birisi olarak, Ankara İletişim Fakültesi'nde ve Gazi İletişim Fakültesi'nde lisans ve yüksek lisans düzeyinde dersler vermiş birisi olarak, konuyu alanı içinden de tanımış birisi olarak ben rahatlıkla böyle eleştiriler, değerlendirmeler yapıyorum. Bu eleştiriler değerlendirmeler, orda birçoğu benim eski öğrencim olan okulların şimdiki yönetici konularına gelmiş değerli akademisyenleri rencide etmemeli. Ben tam tersine onların belki de dile getiremediği şeyleri onlar adına daha serbest söyleyebiliyorum.

İletişim eğitiminde sektör akademi iş birliği çok tartışılan bir konu. Bazı üniversiteler özellikle vakıf üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakülteleri ve büyük şehirlerdeki iletişim fakülteleri sektörle iç içe eğitimi götürüyor. Bu durum doğal olarak iletişim eğitimin niteliği üzerinde etkili oluyor. Bu durum ise bir taraftan fakültelerin sektöre personel yetiştirme sorumluluğu olmadığı ve öte taraftan fakültelerin sektörün çok uzağında, tabiri caizse "sektöre düşman yetiştirdikleri" gibi iki farklı görüşü üretiyor. Sektör akademi iş birliği sizce olmalı mı? Eğer olmalıysa hangi düzeyde ve nasıl olmalı?

Şimdiye kadar söylediklerimden konuya nasıl yaklaşacağım, aşağı yukarı, çerçeve olarak çıkıyor diye düşünüyorum. Ancak bir kere şunu söyleyeyim, böyle bir sorun reel bir sorun, var olan bir sorun. Var olan yadsınamayacak ve uzak durulamayacak bir tartışma. İkincisi bu sadece iletişim alanının, iletişim fakültelerinin bir sorunu değil. Bu başka öğrenim dallarında da geçerli olan bir kaygı ve var olan bir tartışma. Bunu böyle belirledikten sonra "iletişim alanına özgün olan nedir?" diye sorduğumuzda iletişim alanının kendi doğasından gelen bir farklılık var. İletişim alanı bir yönüyle sosyal bilimlerin tümünden, temel alanlarından kaynaklanan etkileriyle ilişkili, disiplinler arası, günümüzdeki önemi dolayısıyla da kendi başına bir disiplin kazanmış bir düşün alanı. Bu yönüyle üniversitelerde özgün bir öğrenim ve araştırma birimi olarak var olmayı hak eden bir konumu var. Öte yandan iletişim günümüz çağdaş dünyasında bir sektörün gerektirdiği çeşitli becerilerin genel çerçeve şemsiyesidir. İşte bu melez dediğim, hibrit yapısı bu tartışmayı daha önemli ve canlı kılıyor. Ama Türkiye'de ki üniversitelerin yapılanmasında temelde olan hata, yani esnek, bu türden yapılanmaya olanak vermeyen bir başlangıç ve kurumsal zorunlulukların hep yönlendirdiği bir gelişme biçimi üniversitelerde başka sorunlarla da birleşti. Örneğin üniversite sektör iş birliği dediğinizde akla sadece öğrencilerin öğrenimleri sırasında kendilerine iş hayatında lazım olacak bilgileri becerileri kazanmaları gelmiyor. Tam tersine öğretim kadrosuna, kendisine ekstra gelir alanları, çalışma alanları açmak için elde edebilecekleri projeler geliyor, hatta bu durum başat olarak karşımıza çıkıyor. Öyle olunca var olan temel bir sorunun içinde, mevcut akademisyenler için bu boyutunu, maddi konularıyla da çok yakından bağlantılı bu konumunu elbette düşünsel, üretimlerinin de önünde bir yerde tutmak zorunda kalıyorlar. Böyle olunca da ortaya çok ciddi rol tanımları da çıkıyor. Kimlik bunalımını daha da derinleştiren bir şey çıkıyor. Tabii İstanbul'daki okullar, İstanbul'un ülke içindeki yeri, konumu açısından ister istemez bu tür- lü etkileşime çok daha açık ve yeni olanaklar sunabilecek bir yapıda. Öyle olunca da oradaki akademik çevrelerin sektör akademiya ilişkisi çerçevesi içinde, sektörün yönlendirilmesine çok daha açık olması hiç de yadırganacak bir durum değil. Buna karşılık İstanbul'daki kadar bu olanakları bulunmayanların yoğun olduğu yerde olaya doğrudan eleştirel bir bakışla yaklaşmalarını

sağlayacak durumlar, İstanbul dışındaki iletişim fakültelerindeki akademisyenlerin daha yüksek sesle seslendirdikleri bir duruş oluyor. Bu durumu kınanacak bir durum olarak değerlendirmek gerekir diye düşünüyorum. Niye? Çünkü sorunun temeli orada değil. Neşterin vurulması üniversite sistemin yapılandırılmasıyla alakalı. Ama ben bunu söylerken bir başkası da bana haklı olarak diyecek ki Türkiye'nin temel sorunları da var. Üniversite sorunu sadece bunlardan bir tanesi. Tek başına, diğer sorunlar çözülmeden neşter vurulamaz. Aynı bir gündem maddesi olarak üniversitelerin yeniden yapılandırılmasının söz konusu olması gerekir. Acil ve ciddi bir gündem maddesi olarak. Bu yeniden yapılanma içinde iletişim fakültelerinin elbette yeniden değerlendirilmesi gerekir. Her şeyden önce sayılarının değerlendirilmesi gerekir. İkinci olarak vokasyonlarının tanımının kavuşturulması gerekir. Yani üniversiter bir kurum mu yoksa meslek yüksek okulları mı? 1980'lerde iletişim fakülteleri daha oluşmadan önce basın yayın okulları lobi yaparlardı. Basın yayının yüksek okullarına fakülte statüsü verilmesi için. Gülümseyerek hatırlıyorum, bir yüksek okulunun müdürü Eskişehir'de ki UNESCO iletişim komisyonunun düzenlediği uluslararası bir toplantıda, bir panelde "basın yayın yüksek okulları fakültetatif kurumlardır" diye bir beyanda bulunmuşlardı. Bende aynı panelde aman sakın başka yerde bunu bir daha sakın söyleme, kimse duymasın demiştim. Fakültetatif ihtiyarı demektir. Halbuki üniversiter kurumlardır demesi gerekiyordu. Üniversiter bir kurum olması talebinde bulunan onun için fakülteleşmek isteyen kurumun başındaki akademisyen, şimdi rahmetli olmuş, kendi alanında yetkin bir hukukçuydu, iletişimci değildi, öyle bir karmaşa yaşıyordu, kafasında ve dilinde. Dilinde düşünceyi yansıttığını düşünmek mümkün. Bir kimlik bunalımının çok güzel bir göstergesiydi. Öyle bir ortamdan geldik. Hiçbir zaman bunları ciddi tartışma konumuna sokamadık. Hep günü birlik sorunlarla nasıl baş ederiz ve onları aşabiliriz diye bir çaba içinde oluşarak günümüzde kırk küsur sayıda iletişim fakültesinin olduğu, ordan çıkan mezun nasıl bir donanımına sahip olması gerektiği, nasıl bir emek gücü, beyin gücü olması gerektiği konusunda, ortaya anlaşılabilir, ortak paydaları olabilen, nüanslarla tabii ki ayrılabilir, bir yaklaşım koyamadık. Böyle bir yerde nereye neşter vuracaksınız? Hangi görüş, hangi yaklaşım doğru diyeceksiniz? Doğrusu pek kolay yanıt verilebilecek bir konu değil.

Bu sorunların giderilmesine dönük çözüm önerileriniz nelerdir?

Türkiye'nin temel sorunu bütün bunların çok daha rahat, daha özgürce tartışılacağı demokratik ortama ulaşmamızı gerektiriyor daha baştan. Üniversiteler içinde de toplum içinde de bu tür tartışma ortamlarının olması gerekiyor. Ama bu sadece düşünce alanında bir demokratik tartışma ortamıyla gerçekleştirilecek bir şey değil. Bu çeşitliliğe olanak verecek, bir gruplaşmaya, yapılaşmanın temelinin bir şekilde atmamıza bağlı. Sırf iletişim açısından değil. Üniversitelerin farklılaşabilmeleri, çeşitlenebilmeleri lazım. Tek bir yüksek öğrenim kurumunun şemsiyesi altında, tek tip üniversite gibi bir örgütlenmeyle olmaz. Örgütlenmenin bu anlamda, kendi, içten gelen, itici güçleriyle ki bu potansiyel gücü temsil eden, buna uygun olarak nerede, hangi alanda güçlüyse o çerçevede bir vokasyonunu kendisine uygulayabilecek özerkliğe ve özgürlüğe kavuşmasını sağlar. Böyle olduğu zaman, kurumlar ister istemez kendi tanımlarını yapacaklardır ve bu yapılan tanımlar o alandan ister sektör açısından olsun, ister toplumun geneli açısından olsun yapılabilecek taleplerin neler olduğunu gösterecektir. Yani bir kurum kendisini şöyle tanımlamışsa kendisinden ancak şunu beklerim. Daha başka türlü bir beklenti içinde olursam, o onun özgürlüğüne müdahale olur diyerek onu o şekilde kabul edecek. Ama bu farklı örgütlenme modellerine ulaştığımız anda, ister istemez kendi içinde ekoller oluşacak, anlayışlar oluşacak, farklılaşmalar oluşacak, o farklılaşmaların içinde taleplere yanıtlar oluşacak, o yanıtlara göre de yeni modeller örgütlenmeler oluşacak. Böyle bir anlayışa ulaşmadan, yine tek tip genel bir tanımın içinde şöyle olmalıdır, böyle olmalıdır ya da her ikisinin bir sentezi yapılmalıdır gibi görüşlerin hiçbir anlamı olmayacaktır, sadece tartışmayı yeniden üretecek, konuları kemikleştirecek, tartışma da kutuplaşmaları gündeme getirecektir. Bu kurumlardan uygulamaya açısından toplumla toplumun içinde endüstriyel sektör mü, yoksa toplumun gereksinim duyduğu Üniversiter kurumlar olarak mı faaliyetlerini yürütecekler ya da başka türlü topluma yol gösterici hizmetler mi üretecekler? sorularının sağlıklı bir değerlendirmesinin yapılmasına ortam oluşmaz. Ama konumuzu özetlersek, iletişim fakültelerinde gözükten,

programlara yansıyan kimlik bunalımının temelinde bu okulların kendilerini meslek öğretimi yapan bir kurum olarak mı tanımladıkları, yoksa üniversite bir kurum olarak mı kendilerini görmek istediklerine bağlı ve bu ayrımı yapabilme özgürlüklerine sahip olmaktan geçer.

Prof. Dr. Haluk Gürgen²

İletişim fakültelerinin bugünkü durumunu ele alacak olursak nasıl bir manzara ile karşı karşıyayız?

Her şey hızlı bir değişim içinde, hem dünya hızla toplumsal olarak başka bir noktaya evriliyor, hem teknoloji bu noktada bu evrilmeye önemli ölçüde girdi sağlıyor, hem de bu teknolojinin formatlanmasyla ilgili, teknolojinin değişik biçimleri olarak bir takım çözümlerin üretilmesiyle de ilgili bir takım yeni gündemler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sorunuzun yanıtını iki başlık altında toplayabiliriz.

İletişimin mesleki olarak bu içeriğinin üretilmesi, yani mesajların üretilmesi, bu mesajların en uygun mecralar, araçlar vasıtasıyla, insanlara toplumlara bir takım bilgilerin ya da eğlencenin ya da eğitimin ya da reklâmın ulaştırılmasına yönelik becerilerin kazandırılması. Bu bir noktada uygulama ağırlıklı bir eğitimi gerekli kılıyor, fakat bu durum Türkiye’de hep yanlış anlaşıldı. Biz işin uygulama kısmına çok fazla önem vermiyoruz ya da bazıları esas biz ona önem veriyoruz gibi bir karışıklık üzerinden yürüyen, çok da iyi anlayamadığım, bir ayrılma, farklı görüş yelpazesi doğdu. Ben bunu açıkçası çok gerçekçi bulmuyorum. Çünkü biz öğrencilerimize aynı zamanda, birileriyle iletişime geçmekle ilgili teknolojiyi kullanma ve bu teknolojiyle kendi düşüncelerini ya da çalıştığı kuruma ilişkin hedeflerini gerçekleştirme becerisini kazandırmak zorundayız. Bu bizi meslek okulu yapmaz. Çünkü nasıl bir mimar çizip bir şeyleri ortaya çıkarmak durumundaysa, nasıl doktor aynı zamanda tanıyı koyup, operatör olmak durumundaysa bazı uzmanlıklarda özellikle, bizde böyle uzaktan konuşup “hadi yap bakalım şu filmi”, “yap bakalım şu reklamı” denildiğinde “pardon ben stratejisini tayin ederim ama bu işi bilemem” denilen noktada olunamaz. Örneğin bir halkla ilişkiler öğrencisinin stratejik bir fikri olduğu kadar, bunun planlanması, organizasyonu, basın bülteninin yazılması, medya ilişkileri ile ilgili olması gereken çözümleri üretebilecek becerisinin de olması lazım. Benim içinde bu böyle, dolayısıyla bir kere bunun adını koymak gerek. Bu yapıyor mu? Burada hep bu işleri akademi dışında uzmanlara bırakma eğilimi ağır bastı. Çünkü fakülteler kendileri yetiştiremedikleri için, bunu reklamcıyla, gazeteciyle, film yapımcısıyla, film yönetmeniyle çözdüler. Bu da kendi kültürlerini, kendi duruşlarını, kendi çözümlerini üretme noktasında savruk, kaypak bir zemin yarattı. Bunu ben sağlıklı bulmuyorum. Yani şu nokta çok önemli. Dışardan gelen uzmanlar çok kıymetlidirler, ama pedagojik formasyonları yoktur. Ders verme, ders anlatma noktasında mutlaka, akademik insanların, bu işin sahibi olan insanların katkıları olması gerekir. Biz akademisyenler bu noktada elimizi eteğimizi çektik, dersleri bu kişilere verdik, ancak onlar ne yaptı, ne yapmadı belli değil. İkinci sene aynı kişileri davet ettiğimizde ise şu ya da bu nedenlerle gelemediler. Bir önceki sene aktarılan yaklaşımlar, ikinci yıl farklılaştı, çünkü herkes kendi tecrübesiyle kazandığını, kendi görgüsüyle sınırlı olanı anlatıyor. O yüzden bu konunun da behemahal dikkate alınması gerektiğini düşünüyorum. Bizim dışarıdan gelen uzmanlarla, workshoplar, atölyeler yapma gibi tercihlerimizin olması lazım. Dersleri teslim ettiğimiz vakit, burada eğer buna mecbursak, orda da mutlaka akademik destek verilmesi lazım. Ancak yalnız bırakılmamaları gerek. Öncelikle outline üzerinde anlaşılmalı. Biz Bahçeşehir Üniversitesi’nde böyle yapıyoruz. Derslerin nasıl olacağı konusunda anlaşılıyor. Orada kullanılacak örnek malzemenin ne olacağı konusunda, pratikte yapmaları gereken işlerin ne olması gerektiği konusunda bir uzlaşımın sonra, mutlaka da bir asistan sokarak derse katkıda bulunuyoruz. Çünkü bu durumu savruklaşma ve kaypak bir zeminin oluşmasına yol açan çok önemli bir problem olarak görüyorum. Bu ne yapıyor biliyor musunuz? Başta öğrencinin okuluyla algısıyla ilgili çok ciddi sorunlara yol açıyor. Ne diyor? Bazıları “ben film çekmeyi bilmem kim yönetmenden öğrendim” diyor, öbürü “teorik dersler yerine, esas bize kamera verin biz onları halledelim” diyor. Yok böyle bir şey. Yani, bu benim yaptığım işin ayrılmaz bir parçası aynı zamanda. Bunun altını çizmek isterim. Bu çözümlenmesi gereken bir sorun. Peki nedir çözümlenmesi gereken? Benim asistanım, benim öğretim görevlim, benim hocam aynı zamanda bu işlerin operatörü gibi bu becerileri öğrenmek durumundadır. Eğer

2 Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi.

edinememişse bu güne kadar tez yazmaktan, makale yazmaktan, araştırma yapmaktan, doçent olmak için çalışmaktan, o zaman hiç yüksünmeden bunların edinilebileceği çözümleri üretmek durumundayız. Yani herkes için “hoca derse girdiği vakit film çekebilir olmalı” demiyorum, ama en azından bir iki tanesi bu işi yapabilmeli. Biz bunu Eskişehir’de çözdük. Önceleri reklamda olsun, filmde olsun dışarıdan uzmanlar geldiler gittiler, sonra biz kendi söküğümüzü kendimiz dikebilir hale geldik. Ama çok değerli, kıymetli insanlar bizde atölye çalışmaları yaptılar. Ben o ayağın kesilmesi gerektiğinden bahsetmiyorum, ama bunu planlayıp programlayanların fakülteler olması gerektiğini düşünüyorum. Kayseri’de mesela bu şekilde gayet güzel çalışıyor diye düşünüyorum. İkinci bir nokta, araştırmalarla ilgili, maalesef bütün fakültelerde geçerli bu husus doçent olmak, yardımcı doçent olmak, profesör olmak vs gibi aşamalarla ilgili puana yönelik, sonuç odaklı anlayışa dayalı çalışmaların yapılması da akademiyanın yönünü, enerjisini, heyecanını büyük ölçüde belirliyor diye düşünüyorum. Bunlar bir yaşam biçiminin, bunlar bir hayatta kurulan ilişkinin tercihinin içerisinde olan şeylerdir. Bu kadar puana odaklı kafayla yapılacak işlerin bana çok sağlıklı işler olduğunu düşündürmüyör açıkçası. O yüzden insanlar “şimdi ben bunu yapacağım ama bana ne katkısı var?”, “ben bunu yapacağım ama ben buradan puan alacak mıyım?” yani pratikteki engelleri bunlar. Hâlbuki öğrencisiyle orada bir iş yapsa, şu olsa bu olsa, bizim dönemimizde böyle bir dünya vardı. Ama şimdi öyle bir dünya yok. Dolayısıyla insanlar şimdi daha bireyselleştiler ve daha çok kendi başlarına bir şeyler yapma gayretine düştüler. Ama bu işler bir ekip işi. Dolayısıyla bu ekibin içinden her zaman bir makale çıkmayabilir, bir birikim oluşur, o başka bir noktada başka bir şeye dönüşür. Bunu da önemli bir sorun olarak görüyorum. Bunun çözülmesinin yolunun da açıkçası yönetimin meselelere ilişkin motivasyonu, buna ilişkin engellerin kaldırılması konusunda havuçların daha yenebilir olmasını sağlaması gerekiyor. Bir an önce doçent, profesör olmak güzel bir şey hiç kuşkusuz ama bir de birikim sağlamak lazım, bir emeği de ortaya koymak lazım. Türkiye’de bütün motivasyon şimdi, puan topla sınava gir, puan topla sınava gir oluyor ve bu bana gerçekçi gelmiyor açıkçası.

Üçüncü bir nokta teorik çalışmalarla ilgili olarak bir şeylerin üzerinde odaklaşmamız gerektiğini düşünüyorum. Dünyada böyle oluyor çünkü. Her fakülte, her üniversite, dünya derken Amerika’yı kastediyorum ne yazık ki. Ben buraya gelmeden önceki gece Daron Acemoğlu diye bir iktisatçı MIT’de çalışan bir profesör büyük olasılıkla Nobel alacak bir kişi bu. Demokrasi ve ekonomi üzerine aynı üniversiteden başkasıyla yazdıkları bir kitap olay olmuş. Şu anda dünyada yazdıklarına en fazla atıf alan on kişiden birisi bu kişi ve Türk. Onu konuk ettik. Bütün gazeteciler özellikle ekonomi yazarları geldi. Şimdi bu adamın okulda çalıştığı bu bölüm dikkatini tamamen demokrasi ve ekonomi üzerine vermiş. Gerçekten yani gerek fen gerekse sosyal bilimlerde ekoller var. Birisi psikanaliz çalışıyor, bir tanesi efendim kültürel çalışmalarla ilgili bir şey çalışıyor. Korkmaz Bey’den ötürü Ankara basın tarihi önemlidir vs... Neyse. Bunlar yani sınırlandırmıyor bana göre kısıtlamıyor, tam tersine o konu çerçevesinde bir derinlik, bir uzmanlık sağlıyor. Bir görüşün akademik olarak ortaya çıkmasını neden olan çalışmalar. İddia ortaya koyuyor. Dolayısıyla bir iddia ortaya çıkıyorsa bir akademiyanın, o zaman orada bir ciddiyetin bir tutarlılığın olduğunu da görüyorsunuz. Akademik tutarlılık, akademik tanınmışlık da işte buradan kaynaklanıyor. Yani “bugün bu moda hadi şuna gideyim bu moda hadi buna gideyim” gibi bir savrulmanın doğru olduğunu düşünmüyorum. Yani bunu genel olarak düşünüyorum bu sorunu ama iletişim fakültelerinde böyle bir mesele de var.

İletişim alanında yapılan çalışmaları nasıl buluyorsunuz? Akademik yeterlilik açısından iletişim alanında yapılan çalışmaların daha yukarılara çekilebilmesi için nasıl bir ortama ihtiyaç var? Çalışmalar böyle, ortada bir şey, şu anda marka mı moda, herkes markanın bir tarafından tutuyor. Artık öyle çalışmaların dönemi bitti, sahip çıkacakların, bir “challenge” olacak, bir iddia olacak dağılacak ve o alanda dünyadaki insanlarla ilişkiye geçeceksin vs. vs... böyle bir şey. Aynı zamanda tabii ki işin ideolojisi çok önemli. Hayata nasıl baktığın paradigman çok önemli. Bu araştırmalar bundan kopuk olarak çalışılmaz ki. Sosyal bilimler araştırmaları çalışılır mı başka türlü? Çalışılmaz. O da yok. Onu dillendirmeye kalktığın vakit tarafsız olmalı, bağımsız olmalı gibi bir kavram

üzerinden ne idüğü belirsiz bir yüzeysellik ve tuhaf bir duruma çıkıyor. Ben kaygıyla karşıyorum. Mesela İslamcılar son derece güzel yapıyor bunu. İnadına fıkıh çalışacağım diyor, bir iddiası var adamın. Pekii liberal ya da sol kesimin iddiası ne oldu? Eskiden siyasal bilgilerin bir iddiası vardı. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nin kurucusundan kaynaklanan bir iddiası vardı. İddia olmadan olmaz. Bizim iletişim fakülteleri fakülte olma bilincine ve bunun gereklerini yerine getirmesine ilişkin yeterliliğe dair ciddi sorunlar yaşıyorlar. Zaten pıtrak gibi çoğalan yeni üniversitelerin fakültelerinden bahsetmiyorum. Onlar zaten hepten bu işin çok başındalar ama var olanların da böyle bir problemi var. Böyle olunca burada da yönetimi yani dekanların kendilerinden beklenen, ben de dekan olduğum için çok açıkça konuşayım, bu vizyonu ortaya koymak, bunun içerisinde insanların birlikte kavramlar ve bu anlayışla çalışmalarının liderliğini yapmak en önemli görevdir diye düşünüyorum. Bugüne kadar araç al, gereç al, bilmem ne yap, şudur budur, böyle uğraşmalar için bunları yardımcılarına delege etmek ama esas meselesi dekanların, bu vizyonla ilgili tutarlı bir planın programın ortaya çıkartılması ve buna liderlik etmeleridir diye düşünüyorum.

Akademik unvanların dağıtılması sırasında yaşanan idari kaygılar da üretimin kalitesine olumsuz yönde etki etti diyebilir miyiz?

Ben doçentlik komisyonunda da üyeyim üniversiteler arası kurulda. Yıllarca da doçentlik jürilerine de girdim, doktora yönettim, şu oldu bu oldu, ortaya çıkan çalışmaların niteliği gerçekten içler acısı arkadaşlar. Bunu kabul etmemiz lazım. İletişim fakültelerinde ortaya çıkan tezler, yazılar, birçok derginin hakem kurulundayım, bana hiç bir şey söylemiyor. Ben okuduğum vakit yeni hiçbir şey öğrenmiyorum. Bakın çok iddialı konuşuyorum ve ne yazık ki bundan da büyük üzüntü duyuyorum. Çok nadirdir parlak çalışmalarla karşılaşmadım. Ben çok büyük çalışmalar yaptım da hiçbirini beğenmiyorum anlamında lütfen değerlendirmeyin. Ama şu nokta itibarıyla Ahmet ne yapmış diye izleme gayreti içerisinde girmiyorum. Ben kimi izliyorum akademiya da? Kendi alanımla ilgili olarak ben kimi izliyorum sorduğum vakit, yani kusura bakmayın ama çok fazla isim veremeyeceğim bu konuda. Beni heyecanlandıran bir makalenin yazarı kim bilemiyorum. Ankara'dan birkaç kişi var. Bunları bu kadar açıklıkla söylemek sakıncalı olabilir belki ama bu problemi çözmemiz için söylüyorum. Bizde araştırma, kitap, makale, kitabın önünü kestiler maalesef. Bu seviyede de bir iki örneklem, bir iki ampirik çalışma... Laf olsun torba dolsun hesabı yapılan işler var. Bunu da belirtmek lazım.

İkinci bir sakınca da bir an önce kadroların yetiştirilmesi konusunda, doçent olmaları konusunda, doktor olmaları konusunda dolayısıyla aman işte A kentinde fakülte yeni kuruldu, orada kadromuz yok, aman hocam eksiği varsa da gideririz, ama ne yapsın çocuk Anadolu'da bu kadar yapabildi, bu kadar olabildi anlayışıyla bir baskı uygulanıyor. Ve bu unvanlar böyle bozuk para gibi harcanıyor. Bakın burada da çok ciddi bir probleme işaret ediyoruz. Akademik olarak standardımız, iletişim fakültelerindeki ürünleri dikkate aldığımız vakit çok ciddi şekilde düşüktür. Emek yok, o emeğin yönlendirilmesi konusunda akademik bilgi eksiklikleri vardır. Yöntem bilgisi eksiklikleri var. Bu konuda dünyada olan bitenin izlenmesi konusunda izlenmesi konusunda eksiklikler vardır. Hep bir yerlerde bir şeyler oluyor, burada onların replikasyonları çıkıyor. Ben kendi alanımla ilgili söyleyeyim, otuz sene önce yazdığım, ortaya bir şey olarak koyduğum kavramların ötesine hala daha geçilemedi. Ben de onları çok orijinal şeyler olarak iddia etmiyorum, ben de onları zaten dışardan almıştım. Yani dışardan öğrendim. Türkiye'den öğreneceğim bir şeyler yoktu. Hala daha bunların üzerinde dönülüyor, hala daha halkla ilişkilerin tanımı ile başlıyor makaleler, söz gelimi. Yani dışarıda, dolayısıyla sektörde de kafası çalışıp dünya ile ilişkisi olan insanlar da akademiya'da bir şey yok diyor. Bana bir katkısı yok diyor. Ben hep şunu iddia ettim. Benim sektörden kopmamam lazım, sektöre yol gösterici olmam lazım. Yani sektör benden bilgi gereksinimini karşılamak için kapımı çalmalı. Böyle bir şey oldu mu Türkiye'de? Yok böyle bir şey. Dolayısıyla sektör bir tarafta ben bir taraftayım. Sektör ondan sonra, bir şey yaptıkları yok, yahu yetiştirdikleri çocuklar zaten işe yaramıyor. Bir de şöyle bir muhabbet, "hocam geldim A üniversitesinde derse

girdim, dökülüyor çocuklar” “hiçbir şey bilmiyorlar”. Ama bunlar önemli yani, biz itibar çalıştığımız için, gidiyorsun dışarıda böyle bir algı : “Fakülteler işini bilmeyen hocalar tarafından işe yaramaz öğrenciler yetiştiriyor”. Ne kadar büyük bir haksızlık ama, bunun suçlusu sektör değil biziz. Biz onların önüne geçmeliyiz, kaynaklarımızla, kitaplarımızla, bilgimizle ve onların bizi tanınmasıyla ilgili ortamların içerisinde yer almakla. Onlarda ego problemleri de var. Yetiştığımız dönemde zaten birçoğu alaylıydı. Konuyu tezgâh başında öğrenmiş insanlardı. O egoyla birlikte bazı şeyleri reddetme, kabul etmeme gibi bir takım numaralarda vardı. Ama çok şükür bunları aştık, aşılması gerekir. Yani bunu da çok önemli bir sorun olarak görüyorum.

İletişim eğitimimizin uluslararası boyutlarıyla ilgili gözlemleriniz nelerdir?

Uluslararası ilişkilerle ilgili olarak şunu gözlemliyorum ben. Bahçeşehir Üniversitesi'nde çalıştırdıktan bu yana bizim vizyonumuz üniversite olarak uluslararası bir üniversite olmak. Ne demek bu? Yani yurt dışındaki üniversitelerle ilişkiye geçmek, 2+2, 3+1 tarzında çift diploma verme çözümleri üretmek, birlikte araştırma projeleri yapmak, birlikte atölye çalışmaları yapmak, yurtdışında onların üniversitelerine geziler yapmak, onların hocalarını ve öğrencilerini burada ağırlamak gibi, ortak iş yapmak. Ve bu konuda da çok emek harcanıyor bizde. Yani yüz harcanıyorsa bunun karşılığı kaç oluyor bizde? Belki kırk oluyor, belki otuz oluyor. Ama bu konuda istikrarlı bir şekilde yürümek lazım, madem ki bütün dünya küreselleşti, madem ki yakınlaştı o zaman burada kendimizi öyle dünyadan yalıtmanın şıklığı, lüksü yok. Şimdi şunu gözlemliyorum hocam, Amerika'dan, özellikle Amerika'dan, ayda yaklaşık iki-üç heyet geliyor. Şu anda Minnesota Üniversitesi'nden bir heyet var, efendim şu var bu var. Niçin geliyorlar biliyor musunuz? İki yıl ortak program yapalım, bizim öğrencilerimiz sizde okusunlar... İstanbul giderek büyük bir algıya kavuşuyor. Gerçekten enteresan bir dünya üzerinde farklı bir pozisyon kazanmaya başladı. Bunun da etkisi olabilir. Geliyorlar şube açmak istiyorlar. Ben baştan şaşırıyordum, bunlar “tüccar gibi ellerinde çanta, koca koca okullar ne yapıyor yani?” diyordum. Şimdi anlıyorum ki yani gerçekten bu çok doğru bir şey, çünkü eğitimin bir ekonomisi var ve de bu ekonomi önemli bir girdi sağlıyor ülke ekonomilerine.

Amerika'daki üniversite yapılanmaları nasıl ve bu yapılanma eğitim kalitesine nasıl bir katkı sağlıyor?

Amerika'daki üniversite yapılanmasında rektörlerin asal, birinci işi fon bulmak, kaynak yaratmak. Bunun dışında başka bir işi yok. Fon bulmak ve kaynak yaratmak. Aynı CEO gibi çalışıyorlar ve yetiştirilerek rektörlüğe getiriliyorlar. Peki eğitim, öğretim ve akademik işlerle kim ilgileniyor? Provostlar ilgileniyor. Provost adıyla oluşturulmuş bir bakan var. Bizdeki eğitim ve öğretimden sorumlu rektör yardımcısı gibi. Onlar bu işi yapıyorlar. Bu rektörlerin ofis çalışanları da hocaları, ellerinde çanta ile hedeflenen doğrultuda dolaşıyorlar. O zaman bizim de dolaşmamız lazım. Yani Antalya özelinde konuşmamız gerekirse Antalya'nın İstanbul'a benzer bir algısı var. Ve de Antalya ile ilgili dünyaya pazarlanabilecek eğitim, Antalya ile ilgili dünyanın ilgisini çekebilecek özelliklerin ortaya çıkıp palazlanması lazım. Onun içinde yapılacak iş bence rektörlüklerin bu konuyu idrak edip, bununla ilgili bütçe ayırmak ve çalışanlarının bir kere dil ve görgülerini artırmak konusunda yurt dışına göndermek, kısa dönemlik de olsa, öyle beş yıl, dört yıl değil, bir iki yıllık burslar vermek. Orada hem dilini geliştirmesi, hem ilişkilerini görmesi, yani bizdeki bu trafiğin altındaki nedenlerin başında yurtdışı deneyimi olan hocalarımızın okudukları okullarla münasebetleri büyük ölçüde rol oynuyor. Mesela ODTÜ'den gelen Hasan Bey mastır ve doktorasını Minnesota Üniversitesi'nde yapmış, onun vasıta ile oradan bize geldiler. Biz Almanya'da Frei Üniversitesi ile bir iş birliği içerisindeyiz. Geçtiğimiz hafta tamamladık. On gün boyunca birlikte medya landscape yaptık. Ekim ayında onlar bizi ziyaret ettiler ve on kadar master ve doktora öğrencisi ile bir araya geldiler, daha son biz Frei üniversiteyi ziyaret ettik. Şimdi göçün 50. yılı ile ilgili hem Berlin'de, hem İstanbul'da festival yapacağız. Fonlarını birlikte yaratıyoruz. Ocak ayında İstanbul'da bir tane “colloquium” yaptık. Berlin'in bütün medya endüstrisinin başındaki insanlar ile ülkemizde medyadan bilinen tanınan, bu konularda kafası eren insanlar bir gün boyunca bir araya geldik. Üniversitede dijital

medya nedir, nereye gidiyor, geleneksel medyayı nasıl etkiliyor, nasıl fırsatlar var, nasıl engeller var? bunları tartıştık, raporunu çıkarttık. Söylemek istediğin şey bu. Şimdi Frei Üniversitesi ile beraber bir araştırma merkezi kuruyoruz: "Kent ve İletişim" (Urbanizm and Communication) konusunu çalışacağız. Yani bunun içinde özellikle sosyal medyanın bu kent kültürünün yeniden yapılandırılması, grupların oluşturulması konusunda, bu grupların muhalif olarak nasıl kendisini var ettiği gibi meseleler üzerinde, bu alanda medya çalışmalarını popüler kültürle de yakından ilişkilendirerek ortaya koyacağız. Yani demek istediğim bana göre dünyada olan biteni izlemek, bu network'lerin içerisine girmek, sadece onların yazdıkları kitapları okuyarak burada özgün çalışmalar üretme devri bitmiştir. Ben kendi adıma hep şunu söylüyorum, kendime ve hoca arkadaşlarıma, benim idealim, hedefim, vizyonum Amerika'dan buraya sinema doktorası için gelecek adam yaratmak. NYU'dan, orada şöyle bir hoca var, Ortadoğu Asya ya da işte Doğu Avrupa Türk Kültürü vs üzerine ilgi duyuyorum, doktoramı ben şu kadınla yapacağım, şu adamla yapacağım. Bu değil midir yani hedef?

Eğer bu çalışmaları biz bu anlayışla bu vizyonla yapabilirsek bizim sektörün ve daha da önemlisi bizim öğrencimizin yeni yeni, farklı profilleri ortaya çıkacaktır. Biz şu anda, hep bahaneler üretiyoruz. Yok Türkçe-Sosyalden öğrenci alıyoruz da, onlar da şöyle de böyle de, falan filan. Çünkü bunlar devlet üniversitesi için o kadar büyük sorun olmayabilir. Ama bir vakıf üniversitesi için öğrenci bulma ama üstelik iyi öğrenci bulma konusunda emin olun göbeğimiz çatlıyor. Tahmin edemeyeceğiniz kadar efor harcıyoruz. Ben şu anda İstanbul'da hedeflediğim tamamen profesyonel pazarlama stratejisi üzerinden çalışıyoruz. 42 tane lise gezdik. Hepsinin veri tabanı hazır. Biz "buradaki öğrencilerin iletişim okumalarını istiyorum" diyenlerle özel mülakat yapıyoruz. 3-4 tane okulda özel gazetecilik, film atölyeleri açtık. Lise öğrencilerine gidiyor bizim hocalarımız, kısa film öğretiyor. Gazete çıkartmayı öğretiyor. Ne demek istediğimi anlatabildim mi? Çünkü analarının, babalarının vakıf üniversitesine para vererek ya da işte burslu, iletişim okuyacaksınız da ne olacak, gazeteci olmak için iletişime gerek yok ki zaten. Sen uluslararası ilişkilere gir, Boğaziçi'ne, dilin de mükemmel olur... ki öyle bir şey yok. O geçmişte kalmış bir efsane. Hürriyet gazetesini ben dekan olduğumda dolaştım, bütün Hürriyet Grubu'nu, enteresan bir tepkiyle karşılaştım. Bana "ben sizin yetiştirdiğiniz öğrencileri istihdam etmiyoruz" dediler. Bir genel yayın yönetmeni "sizde iletişim mastırı var mı?" dedi. Yani Bahçeşehir için demedi, "genel olarak iletişim fakülteleri mastır doktora veriyor mu?" dedi. Yani "sizin bunu yapacak, mastır doktora eğitimi verecek kapasiteniz, yeterliliğiniz var mı ki?" diyor. Emin olun bunu sordu ve bu kadar dünyadan bilhaber, bu kadar bizi reddetmiş durumdalar. Ana baba sokakta yürüyor Anadolu'da, üstte yok, başta yok, omzunda bir tane kamera gazeteciyim diye dolaşiyor. "Böyle mi olacak diyor?". "Yerel televizyonda çalışanın hali ortada, ben bir de çocuğumu bu kadar okutacağım, neticede bu mu çıkacak?" diyor. Anlatabiliyor muyum? Yani, gerçekten bizim bu dekanlar toplantısında, bir araya gelerek, bunları daha detaylı bir şekilde konuşup kendi itibar yönetimimizi yapmamız lazım. İtibar yönetimi dediğimiz vakitte bu unsurları, bu parçaları tek tek ele almak, eğitim ve öğretim ve finansal yapı, uluslararası ilişkiler, tezler bilmem neler, hepsinin toparlanması lazım diye düşünüyorum.

Sonuç itibarıyla genç orta yaşlı, benim gibi yaşlı, bu işte çalışan insanların silkelmesi lazım, standardımızı yükseltmemiz, eğitim ve öğretimimizi farklılaştırmamız lazım. Tek tip eğitim ve öğretim programlarıyla bu iş olmaz. 40 sene önce geliştirilmiş eğitim ve öğretim sistemi birkaç istisna dışında bütün fakültelerde uygulanmaya devam ediyor. Benim hocam, İnal Cem Aşkın öyle derdi, "önce yerel düşüneceksin, sonra ulusal düşüneceksin, sonra da uluslararası düşüneceksin." Yaşadığın kente faydanın dokunmadığı noktada memlekete de dokunamaz. Yerel düşüneceksin ilk önce, yerel düşünmek senin sınırlarını daraltmıyor.

Doç Dr. Doğan Tılıç³

Günümüzde iletişim eğitiminin sorunları ve bu sorunların giderilmesine dönük çözüm önerileriniz nelerdir?

İletişim eğitiminin sorunları çok genel bir konu ve bu benim uzmanlık alanımı aşıyor. Çünkü iletişim denildiğinde işin içine sinemadan internete, değişik alanlardan gazeteciliğe kadar pek çok şey giriyor ve ben belki gazetecilik ile ilgili bir şeyler söylemeye kendimi yetkili görebilirim. Dolayısıyla soruyu gazetecilik eğitiminin sorunları olarak daraltırsak ilk söylemem gereken şey, olması gereken ile olan arasındaki fark. Çünkü bir taraftan sektörün ve medyanın hakim yapısının biz gazetecilerden talep ettikleri var. Diğer taraftan, eğitimin, akademinin bir gazetecilik öğrencisine verdikleri var. Bu ikisi ne yazık ki çoğu zaman örtüşmüyor.

Bir mesleğin doğrularıyla onun yapılış biçimi arasındaki farkı biz çok somut bir biçimde gazetecilik alanında görüyoruz. Bunun pek çok şeyle doğrudan ilgisi var. Sektörün gazetecilik anlayışı ile akademinin gazetecilik anlayışı örtüşmüyor. Bu kötü, olumsuz bir şey değil. Üniversite, akademi adına olumsuz bir şey değil.

Şunu demek istiyorum, özellikle, 1980 sonrası dünya genelinde yaşanan medya alanındaki dönüşümlerle beraber, geleneksel medyanın sahiplik yapısından holdinglerin hakim olduğu yeni medya sahipliğine geçişle beraber, iletişim teknolojilerinin de gelmiş olduğu yeni boyut gazetecinin bir tür "mojo"; yani "mobile journalist" olmasını dayatıyor. Bugünün gazetecisi, sırtında küçücük bir sırt çantası içinde, mesleki araçlarının tümünü taşıyan, oradan oraya koşturan, hem gazete için bir şeyler yapan, hem o yaptığı şeyi, radyoya, internete, televizyona uyarlayan, hem görüntü çeken hem çektiği görüntüleri yarım dakikalık, bir dakikalık parçalara ayıran bir insan haline geldi ve şimdilerde bu görüntüler çok revaçta.

Ayrıca bugün hakim medya en önemli haber değeri olarak ilginçliği görüyor. Dolayısıyla gazeteci ilginç bir takım şeyler peşinde koşuyor. Gazetecilik, her şey daha fazla, Postmann'ın kavramıyla ifade edecek olursak, daha fazla "infotainment" haline geldi. Gazeteci "informe" edenden daha çok eğlendirene dönüştü.

Şimdi bütün bunlar bence gazeteciliğin olan durumu. Ama olması gereken bu mu? Bence olması gereken bu değil. Bu gazeteciliği nasıl tanımladığımızla ilişkili bir şey. Pek çok tanımı var gazeteciliğin tabii. Benim en çok sevdiğim tanımı, "gazeteciliğin doğruyu söyleme mesleği olmasıdır." Eğer iletişim fakültelerinde siz doğruyu söyleyen ve doğruyu söyleme işi yapan insanlar yetişti-recekseniz, bunun için verilmesi gereken eğitim başka. Diğer taraftan o eğitimi alan insanların sektörde bir patronun ücretli işçisi olmaları ve o patronun talepleri, çıkarları doğrultusunda haber üretmeleri, üretim yapmaları, dosyalar üretmeleri başka bir şey. Bunlar bir birleriyle çelişebiliyor. Çünkü sizin çalıştığınız medya kuruluşunun patronu mesela enerji alanında özelleştirmelerden yana olabiliyor, nükleer santrallerin yapılmasıyla ilgilenebiliyor. Ama siz gazeteci olarak hem özelleştirmelere karşı, hem nükleer enerjinin memleketin aleyhine olduğunu düşünen, hatta araştırmaları sonucunda bu tür verilere, bulgulara ulaşan birisi olabiliyorsunuz. Fakat bunları o patronun, radyosu, gazetesi, televizyonunda ifade etmeye kalktığınız zaman bu sizin için mesleki hayatın sonu olabiliyor.

Dolayısıyla akademik hayatta öğretilen, yani olması gereken ile pratikte, sektörde yaşananlar, olanlar arasında büyük bir farklılık var. Üniversite meslek okulu değil ve üstelik akademik anlamda mesleki eğitim de çıkarlar gözetilerek verilmez. Bir mesleğin doğrusu, olması gereken hali öğretilir. Başka türlü yapılması da düşünülemez. Ne yazık ki pratikte bu olması gereken ile olan arasında bir uyum göremiyoruz. Birincil problem, en temel problem, en ciddi problem bence bu. İkinci bir problemi daha saymak mümkün. Yeni teknolojilerle beraber medya sektöründe bir is-

3 Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Siyasal Bilimler ve Kamu Yönetimi.

tihdam daralması yaşanıyor. Geçmişte, mesela bir televizyon kanalında bir habere bir sesçi, bir ışıkçı, bir kameraman, bir muhabir gibi dört veya beş kişi giderken, şimdi orada dördte bir, beşte bir istihdam daralması yaşanıyor. Çünkü küçücük dijital kameralarla bir tek eleman, gazeteci gidip sesçiye, ışıkçıya muhabire gereksinim olmadan tek başına, o haberi hazırlayabiliyor televizyon için. Teknoloji televizyon için beşte bir istihdam daralması getirirken, televizyonun patronu, aynı zamanda gazetenin patronu, aynı zamanda radyonun ve internet sitelerinin de patronu olduğu için, aynı çalışandan, haberciden, aynı patronun radyosu, internet sitesi ve gazetesi için de haber yapması bekleniyor. Hatta aynı kamera fotoğraf da çekebildiği için foto muhabirini de aradan çıkarabiliyor. Dolayısıyla yeni medya teknolojileriyle birlikte medya sektöründe onda bire varan istihdam daralmaları yaşanabiliyor.

Bunun sonucu olarak dünyanın her yerinde kitlesel işten çıkarmalarla karşı karşıya kalıyoruz. Türkiye’de böyle her yıl yüzlerce binlerce gazeteci işten çıkarılıyor. Bununla beraber her yıl yeni iletişim fakülteleri açılıyor ve bu fakültelerden yeni yeni genç insanlar da gazeteci de olabilmek üzere mezun oluyorlar. Ama onları istihdam edebilecek bir sektör yok. Onlar yeni, genç, deneyimsiz gazeteciler olarak piyasaya girerken hemen onların yanı başında on, onbeş yıl çalışmış yirmi yıl çalışmış ve işten çıkarılmış işsiz gazeteciler kitlesi var. Dolayısıyla bir de iletişim fakültelerinin piyasanın gerektirdiğinden çok daha fazla öğrenciyi sektöre sürmesi gibi bir durumla karşı karşıyayız. Bu da gazetecilik eğitimin ikinci ciddi problemi.

Buradan daha teknik noktalara geçerse; benim mesleki deneyimim ve gözlemlerimden hareketle şunları söyleyebilirim: Bir defa gazetecilik işi genel olarak iletişim işi, her şeyden önce bir anlama ve anlatma işi. Dolayısıyla iletişim fakültelerinden mezun olan öğrencilerin çok iyi dil bilgisine, dili son derece doğru ve yerinde kullanma becerisine sahip olmaları lazım. Burada aslında gazetecilik bir ölçüde edebiyata yaklaşıyor. Ama ne yazık ki iletişim fakültesindeki öğrencilerin okuduklarını, edebiyata şiiere, romana ilgi duyduklarını söylemek mümkün değil. Müfredat da onları bu doğrultu da zorlamıyor. Böylelikle iletişim fakültelerinden bir şekilde mezun olan ama dili de pek iyi kullanamayan bir öğrenci grubuyla karşı karşıyayız. Eğer iletişime bir müdahale yapılacaksa, mutlaka ne yapıp edip bu tür okuma dersleri, öğrencilerin dünya klasiklerini, şiiri, romanı öyküyü seven öğrenciler haline getirilmesini sağlayacak derslerin konulması, o doğrultuda yönlendirilmeleri önemli.

Biraz önce geleceğin gazetecisi “mojo” olacak demiştim, yani “mobile journalist”. Her türlü teknolojiyi kullanabilen bir taraftan videolar üretebilen, dijital kameraları kullanabilen gazeteciler. Dolayısıyla gazetecilik eğitiminin bir başka önemli yanı yeni teknolojilere yatkın, onları bilen, onları rahatlıkla kullanabilen gazeteciler yetiştirebilmeleridir. Bir taraftan çok klasik alanda eğitim verirken, romana, şiire, öyküye yatkın, onları okuyan dili mükemmel kullanan öğrenciler yetiştirmeye çalışırken öbür taraftan buna ek olarak da yeni teknolojiye hakim, onları kullanabilen gazetecilik öğrencileri yetiştirmek durumundayız diye düşünüyorum.

Son olarak, dört yıllık gazetecilik eğitimi de çok doğru bulmuyorum. Gazetecilik aynı zamanda bir uzmanlık işi de olmalı. İnsanlar spor okuyabilir, uluslar arası ilişkiler okuyabilir, sosyoloji okuyabilir, ekonomi okuyabilir... Ben gazetecilik eğitiminin belli bir alanda temel eğitim aldıktan sonra, o alanda uzman olacak gazetecileri yetiştirmek üzere o temel eğitimin, dört yıllık bir uluslar arası eğitiminin, mesela dört yıllık bir ekonomi eğitiminin üstüne yapılacak bir gazetecilik eğitimi şeklinde düzenlenmesinin daha doğru olduğunu düşünüyorum. Benim konu ile ilgili temel olarak vurgulayacağım noktalar bunlar.

Akademi sektör iş birliği hakkında neler düşünüyorsunuz? Size göre ideal bir sektör akademisi iş birliği nasıl olmalı?

Bu sorunun cevabını az önce konuşurken verdim. Aslında bu sorunu bir ilişki, sektörün akade-

miden talep ettiği şeylerle, daha doğrusu sektörün gazeteciden talep ettiği şeylerle gazeteciliğin doğruları pek örtüşmüyor. Sektör dediğimizde tüm dünyada medyayı kontrol eden beş dev holdingden söz etmemiz mümkün. Bu beş dev holding, beş dev korporasyon ekonominin her alanında faaliyet gösteriyorlar. Bir taraftan savaş uçakları üretiyorlar, bir taraftan kimya sanayindeler, bankacılıktalar. Yani ekonominin gazetecilik dışında ne kadar alanı varsa hepsinde faaliyet gösteren bir medya sahiplik yapısıyla karşı karşıyayız. Bu dev korporasyonlar aynı zamanda da haber üretimi içerisindedirler. Kültürel üretimin diğer alanlarında; sinemada, kitapta, müzikte varlar. Sahiplik yapısı bu olan sektörün talebi, medya sahibinin faaliyet gösterdiği diğer alanlarında da onun önünü açan, ona yardımcı olan bir gazetecilik oluyor, ne yazık ki.

Nitekim dünyanın en nitelikli medyasının olduğu varsayılan ABD’de en ciddi gazetelerin bir savaş gündeme geldiğinde, örneğin birinci Irak Savaşı’nda, Irak işgali döneminde, bile bile bir takım yalanları haber yaptıklarını, çünkü o yalanların o savaşın yolunu açtığını biliyoruz. O savaşın bu türden bir medya sahiplik yapısının da işine geldiği söylenebilir.

Ne yazık ki sektör ile iletişim fakülteleri arasındaki ilişki medyanın bu sahiplik yapısından dolayı sorunlu bir ilişki. Ama kuşkusuz her medya kuruluşunda işini iyi yapan gazetecilere ihtiyaç var. İşini iyi yapan gazeteci demek, dilini iyi kullanan bir gazeteci demek, araştırma yapabilen demek, belli alanlarda derinlemesine bilgi sahibi uzman demek. Bunlar “sektör ne istiyor, ne istemiyor” çok fazla kafasına takmadan, üniversitenin, akademinin öğrencilerine vermesi gereken nitelikler. Üniversite o nitelikleri öğrencilerine verebilirse, kuşkusuz o türden bir donanıma sahip bir öğrenci de en azında nitelikli işler talep eden sektörde başarılı olacaktır her zaman.

Türkiye’deki iletişim eğitimi Avrupa’daki iletişim eğitimiyle kıyaslarsak nasıl bir manzara ile karşılaşırız? Buradan ikinci sınıf bir öğrencimizi Avrupa’daki gazetecilik eğitimi veren bir okula göndersek, dil problemi olmayacağını kabul edersek, üçüncü sınıftan devam edebilir mi? Çok fazla lokal kaldığımızı söyleyebilir miyiz?

Şimdi burada bir defa “biz” dediğimiz şey sorunlu. Çünkü Türkiye’de son yıllarda özellikle büyük bir başarı olarak değerlendirilen çok sayıda üniversite açıldı ve çok sayıda iletişim fakültesi açıldı. Biz dediğimiz şeyin içerisine bunların hepsini koyarsak bunların arasında bir uçurum olduğunu da görmemiz lazım. Kimi üniversitelerimiz, Avrupa’nın ve Amerika’nın sayılı üniversiteleriyle yarışabilecek düzeyde eğitim verirken Türkiye’de, kimi üniversiteler de ne yazık ki, hem öğretim elemanı düzeyindeki eksikliğinden, hem de donanım eksikliğinden dolayı bir tür lise düzeyinde eğitim veren yerler. Dolayısıyla “biz” deyip karşısına koyabileceğimiz bir Avrupa ya da ABD eğitimi yok.

Eğer Türkiye’de o standardı yakalamış üniversitelerden bahsediyorsak onlar açısından ciddi bir eksiklik olduğunu sanmıyorum. Bizim iyi üniversitelerimizde, hem Batı’dakine benzer bir mütferdatı hem de gelişmiş Batı ülkelerinin teknik olanaklarını bulmak mümkün. Diğerleri ise, hem bizim gelişmiş üniversitelerimiz hem de Batı ile aralarında uçurum olan okullar.

Sektörün istihdam sorunu ortadayken, iletişim fakültelerinin sayıları giderek artıyor ve diğer tarafta iletişim fakülteleri sektör tarafından pratikten uzakta olduğu için eleştiriliyor. Bu durum iletişim fakültelerinden mezun olan gazeteci adaylarının iş bulmasını bir parça daha zorlaştırıyor kuşkusuz. Fotoğrafın tamamına bakınca fakülte ve mezun öğrenci sayısı, eğitimin toplam niteliği ve istihdam olanakları açısından nasıl bir manzara ortaya çıkıyor?

Bu durum doğrudan bir ülkenin eğitim politikasıyla ilgili bir şey ve tepede halledilmesi gerekiyor. Ne yazık ki, üniversiteleri genç nüfusun hayata atılmalarını, daha doğrusu işsizler ordusuna katılmalarını bir süre erteleyen duraklar olarak gören bir sistemimiz var. Ben görüyorum ki, pek çok öğrenci arkadaşım mastıra, doktora da hayatta işinin karşılığını bulamadığı için, mesleğinin

karşılığını bulamadığı için devam ediyor. Mastır, doktora düzeyindeki tercihler bir tür hayatın gerçekliğiyle yüzleşmeyi geciktirmenin aracı haline dönüşüyor. Bu tercih bir devlet ya da siyasi iktidarın politikalarının bir parçası haline gelince, liselerden mezun olan insanları bir süre daha meşgul etmek için sürekli üniversiteler açar hale geliyoruz. Sonuçta bu da bir tür, Ankara'yı bilenler açısından anlamlı bir örnek olabilir; trafiğe köklü bir çözüm bulmadan Melih Gökçek'in devamlı alt geçitler, üst geçitler inşa etmesine benziyor. Bir süre, bir an sorunu hallediyorsunuz ama iki adım öte de yine ciddi bir kriz ile ciddi bir tıkanıklık ile karşı karşıya kalıyorsunuz. Dolayısıyla bu durum bütün sistemin yeniden düzenlenmesi ile ilgili bir şey.

Ben, o büyük dizaynın bir parçası olarak, herhalde çok daha az sayıda bir iletişim fakültesinin ve dediğim gibi belli bir uzmanlık eğitimi alanların özellikle gazetecilik alanında o uzmanlık üzerine aldıkları bir gazetecilik eğitiminin daha yararlı olabileceğini düşünüyorum.

Peki size göre iletişim eğitimi nasıl olmalıdır?

Spor, ekonomi, hukuk, uluslararası ilişkiler gibi, temel eğitim alanlarında alınacak bir eğitimden sonra, bir iki yıllık bir eğitimle gazetecilik alanına yönlendirilmeleri gibi bir düzenleme olabilir. Bu durumda belki pek çok iletişim fakültesine, en azından bugün verilen gazetecilik eğitimi çerçevesinde gerek olmayacaktır.

Bunların hiçbirini olamayacaksa, her şeyden önce iletişim fakültesinin ve o fakülteleri yönetenlerin kendilerine bakmaları, kendilerini yeterli ve yetkin hale getirmeleri gerekmektedir. Üniversite diye bir şeyden konuşuyorsak, hem bireysel düzeyde öğrencinin, hem de öğretim üyesinin kendisine bakarak söylemesi gereken pek çok şey var. Ben bir iletişim fakültesinde, gazetecilik bölümünde, son sınıf öğrencileri ile ders yaparken, onlara ortaokul düzeyinde Türkçe dersi verme gereği hissediyorsam, özne yüklem ilişkisinden bahsetme gereği duyuyorsam, bu bir felaketin ifadesidir ve ne yazık ki bununla karşı karşıyayız. Bir iletişim fakültesini bitirirken 60-70 sözcüklü cümleler kurarak haberler yazan öğrencilerle karşı karşıyayız.

Burada iletişim fakültelerinde öğretim üyesi olan bizlerin de ilk andan itibaren bir sorumluluğu var demektir. Ben özellikle gazeteciliğin dile dair, dili iyi kullanmaya dair bir alan olduğunu düşünüyorum. İster sinema olsun, isterse televizyon olsun buralarda da dili iyi kullanmak gerektiğinden, öğrencilerimizin çok okuyan insanlar olması gerekir. Okumadan yazmak diye bir şey mümkün değil. Dolayısıyla yazmak diye bir işe heves ediyorsak, onun öncesinde ne kadar okuduğumuzu düşünmemiz lazım. Buna zorlayan bir takım işler yapmamız lazım. İletişim fakültelerinde gördüğüm en temel problemlerden biri bu. Yani 15 günde bir roman okumayan, öykü okumayan, şiir okumayan, hiç değilse hafta bir bu türden kitaplar okumayan bir gazetecilik öğrencisinin iyi bir gazeteci olabileceğini sanmıyorum. O halde öğretim üyeleri olarak bizler de bu türden şeyleri özendiren, müfredata koyan bir anlayış içinde olmalıyız diye düşünüyorum.

Bugünkü iletişim fakültelerindeki lisansüstü eğitimi genel bir bakış değerlendirecek olursak neler söyleyebiliriz?

Genel olarak baktığımızda, bu genelden kastımız 40 iletişim fakültesinin 40'ını da ele almaksa, herhalde hiç iyi bir durumda olmadıklarını söylemek mümkün. Belki birkaç fakülte bu anlamda yeterli eğitimi veriyordur. Ama biliyoruz ki, genel anlamda iletişim fakülteleri o anlamda eğitimi verebilecek kadrolardan yoksun. Bir sürü yerde ya taşıma suyla değirmen döndürmeye çalışıyoruz ya da gerçekten belki aşırı bir ifade olacak ama kendilerinin yüksek lisans eğitimine ihtiyaç duyduğu eğitimciler tarafından bu eğitimler verilmeye çalışıyor. Sanırım belli başlı birkaç fakülte dışında yetersiz olduğumuzu söylemek mümkün.

Yazı Teslim Kuralları

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nde yayınlanan yazılara telif ücreti ödenmez ve eser sahibi olarak yazar(lar) ulusal ve uluslararası akademik bilgi paylaşımını desteklemek amacıyla yazılarının tam metin olarak ticari niteliği bulunmayan elektronik veri tabanlarında yer almalarını onaylarlar.

● Akdeniz İletişim Dergisi bu anlayışla, tam metin olarak Genel Kamu Lisansı şeklinde ayrıca internette de yayınlanmaktadır.

● Yazıların başka yerde yayınlanmamış orijinal çalışmalar olması gerekmektedir. Bunların dışında kitap eleştirisi, akademik yorum ve değerlendirme, bildiri, çeviri ve benzeri yazılara da yer verilebilir. Yazılar Türkçe ya da İngilizce olabilir.

● Yazılarda 150-200 kelime civarında İngilizce ve Türkçe özet (abstract) ile yazıya uygun Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler (keywords) yazının başına eklenmelidir. Yazıların ve özetlerin üzerinde sadece yazının başlığı bulunmalıdır. Yazılar, daha önce bir toplantıda/sempozyumda tebliğ edilmiş ise toplantının adı, tarihi ve yeri belirtilmelidir. Yazar(lar), isim, tam ve açık posta adreslerini, telefon ve faks numaralarını ve elektronik posta adreslerini ayrı bir kapak sayfasında yazmalıdır. Bu bilgiler hakemlere gönderilmeyecektir.

● Yazılar, Times New Roman karakteriyle 12 puntoda ve 1.5 aralıklı olarak yazılmalı ve 10-30 sayfa uzunluğunda olmalıdır. Sayfa yapısı soldan 4, diğer taraflardan 3 cm boşluk bırakılarak düzenlenmelidir. Yazılar yaygın olarak kullanılan bir kelime işlemci programı ile yazılmalıdır. Başlıklar ve ara başlıklar kısa ve belirgin olmalıdır.

● Çalışmalarda şu sıranın takip edilmesi uygun olacaktır: Başlık, Özet, Anahtar Kelimeler, Yabancı Dildeki Başlık, Abstract, Keywords, Giriş, Ana Metin, Yöntem, Bulgular, Tartışma, Sonuç ve Kaynakça.

● Dergiye gelen yazılar editoryal değerlendirmeden geçirilerek sonuç olumlu ise en kısa sürede hakem değerlendirmesine alınacaktır. Hakemlerin görüşleri uyarınca yazarlardan yazılarını geliştirmeleri veya gözden geçirmeleri istenebilir. Yazının düzeltilmeden yayınlanmasına veya yayınlanmamasına karar verilebilir. Yazıyı hakemlerden birisi yayınlanmasına diğeri yayınlanmamasına karar verdiği durumda yazı üçüncü bir hakeme gönderilir. Yazı metni yazara iade edilmez.

● Yayın konusunda son karar yayın kuruluna aittir.

● Dergiye gönderilecek çeviri metinler için mutlaka yazının yayınlandığı derginin editöründen izin alınmalıdır. Ayrıca çeviri metin dergiye asıl makale ile birlikte gönderilmelidir.

Kaynak Gösterme

Metin İçinde Kaynak Belirtme

Yazılarda yalnızca metin içi kaynak gösterme yöntemi kullanılmalıdır.

● Tüm kaynaklar, ana metinde parantez içinde, yazarın adı, basım yılı ve sayfa numaraları ile belirtilmelidir. "Ibid", "op.cit.", "a.g.e." vs. kısaltmalar kullanılmaz. Notlar ve kaynaklar ayrılmalıdır. Notlar, metnin içinde numaralandırılıp, metnin sonunda numara sırasına göre ve kaynaklardan önce yerleştirilmelidir. Notların içinde yer alan kaynaklar da metin için geçerli olan kurallara göre

belirtilir.

● İçerik dipnotları ve diğer açıklamalar sayfa altında verilmelidir. Metnin içinde numaralandırılan notlar, sayfa altında numara sırasına göre yerleştirilmelidir. Notların içinde yer alacak kaynaklar için de metin içi kaynak gösterme yöntemi kullanılmalıdır.

● Bir kaynaktan yapılan alıntılar metin içinde çift tırnak içinde gösterilmelidir. 30-40 kelimedenden uzun alıntılar, tırnak kullanılmadan girintili (indent) paragraf olarak verilmelidir.

● Kaynak gösterirken, yazar ismi metin içinde geçmiyorsa parantez içinde yazarın soyadı ve yayın tarihi belirtilmelidir: (Lewis, 1991).

● Belli bir sayfa söz konusuysa, yazar soyadı ve yayın tarihine ilave olarak sayfa numarası da yazılmalıdır: (Lewis, 1991: 13).

● Yazar isminin metinde geçtiği durumlarda kaynağın yayın tarihi ve sayfa numarası yazılmalıdır: (1991: 13).

● Birbirini takip etmeyen sayfalar için önerilen yazım şekli ise şöyledir: (Lewis, 1991: 13-8, 54- 7).

● İki yazarlı kaynaklarda, her iki yazar soyadı da kullanılmalıdır: (Erdoğan ve Alemdar, 2002).

● İki'den fazla yazarlı kaynaklarda ise "vd." ibaresi yer almalıdır: (Keyman vd., 1996).

● Aynı yazarın, aynı yıl yayınlanmış birden fazla eseri kullanılıyorsa, basım yılına a, b, c, gibi harfler eklenerek birbirinden ayrılmalıdır: (Koloğlu, 1999a).

● Yasal ve etik her türlü sorumluluk makale yazarlarına aittir.

● Yazılar, posta aracılığı ile gönderilebileceği gibi editöryal incelemenin daha hızlı yapılabilmesi için iletisimdergisi@gmail.com adresine e-posta ile de gönderilebilir.

● Metin içinde aynı konuda birden çok kaynağa referans verilecekse kaynaklar birbirinden noktalı virgül ile ayrılmalıdır: (Kabacalı, 1994: 13; Koloğlu, 1999: 28).

● Kaynaklar listesinde sadece yazıda göndermede bulunulan kaynaklara yer verilmeli ve bu kaynaklar yazar soyadına göre alfabetik olarak sıralanmalıdır. Bir yazarın birkaç çalışması listede yer alacaksa, yayın tarihine göre (eskiden yeniye doğru) bir sıralama yapılmalıdır.

Kitap

Koloğlu, Orhan (1992). Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın. İstanbul: İletişim.

Çeviri Kitap

Fiske, John (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. Süleyman İrvan (çev.). Ankara: Ark.

Derleme Kitap

Bora, Aksu ve Günel, Asena (der.) (2002). 90'larda Türkiye'de Feminizm. İstanbul: İletişim.

Bir Yazarın Seçilmiş Yazılarından Derlenmiş Kitabından Makale

Thomas, Lewis (1974). "The Long Habit." Lives of a Cell: Notes of Biology Watcher içinde. New York: Viking. 47-52.

Derleme Kitapta, Çeviri Makale

Paz, Octavio (2000). "Tarihin Sonu'nda Batı Doğu'ya Dönüyor." Yüzyılın Sonu, Büyük Düşünürler Çağımızı Yorumluyor. Nathan Gardels (der.) içinde. B. Çorakçı Dışbudak (çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür. 137-144. 262 Yazı Teslim Kuralları

İki Yazarlı Kitap

Toksöz, Gülay ve Erdoğan, Seyhan (1998). Sendikacı Kadın Kimliği. Ankara: İmge.

Üç Ya Da Daha Fazla Yazarlı Kitap

Spiller, Robert, vd. (1960). Literary History of the United States. New York: MacMillan.

Yazar Olarak Kurum Adı

Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı (1996). Kafkasya ve Orta Asya: Bağımsızlıktan Sonra Geçmiş ve Gelecek. Ankara: Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı.

Dergide Makale

Asiliskender, Burak (2004). "Kimlik, Mekan ve Yer Deneyimi." Kültür ve İletişim 2(7): 73-94.

Yayınlanmamış Tez

Dursun, Çiler (2002). İdeoloji ve Özne: Türk-İslam Sentezi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: A.Ü. SBE.

Gazete Yazısı

"TCK yoksa müzakere başlamaz." (2004). Hürriyet. Erişim tarihi: 21.09.2004.

İnternette Yazarı Belli Olmayan Yazı

"Yellow Journalism." (2004). <http://www.pbs.org/crucible/journalism.html>. Erişim tarihi: 10.06.2004.

İnternette Yazı

Atabek, Ümit (2003). "WITFOR ve Dünya İletişim Teknolojileri Forumu." www.umitatabek.net/witfor.html. Erişim tarihi: 20.04.2003.

Sempozyum Kitabında Bildiri

Kösebalaban Doğan, Nalan ve Söz, Bahar (2007, Ekim). "İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Kavramına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi". 4. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi ve 4. Uluslararası Çocuk Filmleri Festivali ve Kongresi: Risk Altındaki Çocuklar (2. Cilt). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi. 709-722.

